

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

**DEPARTAMENTO DE PERIODISMO III
(TEORÍA GENERAL DE LA INFORMACIÓN)**



TESIS DOCTORAL

**Modelos semánticos, metáforas, proyección y
fusión conceptual en las portadas del diario
"Perú21": perspectivas teóricas y metodológicas**

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTORA

PRESENTADA POR

Doris V. Ramos Quispe

DIRECTORA

Dimitrina Jivkova Semova

Madrid, 2017

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

Modelos semánticos, metáforas, proyección y fusión conceptual en las portadas del diario ‘Perú21’: perspectivas teóricas y metodológicas



Doris V. Ramos Quispe

Director: Dra. Dimitrina Jivkova Semova

**DEPARTAMENTO DE PERIODISMO III
PLANTEAMIENTOS TEÓRICOS, ESTRUCTURALES Y ÉTICOS DE LA
COMUNICACIÓN DE MASAS**

Madrid, noviembre del 2015

RESUMEN

En los últimos años, la prensa en el Perú ha cobrado un papel importante en el desarrollo de la retroalimentación comunicativa en todas sus plataformas y como resultado de ello, los consumidores de información mantienen una relación más estrecha con los medios. Esto quiere decir que, actualmente, los modelos cognitivos de la noticia se han convertido en vitrinas informativas mucho más cercanas y espontáneas, y en este sentido tales contenidos brindan también más opinión que información.

Por tanto, hay un incremento de periodismo de opinión desmesurado y ello se trasluce también en la construcción de las primeras planas informativas de algunos periódicos. Por tanto, el objeto de estudio que proponemos se refiere a los diferentes estilos discursivos que una serie de portadas del diario 'Perú 21' presenta. Sin embargo, nuestra visión en el desarrollo de esta investigación no es solamente ofrecer argumentos de interpretación sobre esos elementos discursivos sino que además, obedece a una preocupación en cuanto al manejo de lo que pueda ser considerado calidad informativa en contraposición con el impacto noticioso o llámese también tendencia informativa. Por tanto, una de las formas de medición en cuanto a esas tendencias es mediante las herramientas metodológicas que utilizamos.

La primera de ellas corresponde al método del *framing* o encuadre como base cualitativa de nuestro pre-análisis, la misma que se desglosa en los siguientes temas: <<Atribución de responsabilidad>>, <<Interés humano>>, <<Conflicto>>, <<Consecuencias económicas>> y <<Moral>>. En cuanto a la segunda parte en este capítulo se refiere al análisis que se realiza a través de los temas que el lingüista y sociólogo holandés Van Dijk propone sobre el estudio de la formación de las ideologías, modelos de pensamiento, actitudes, pertenencia de grupos entre otros, como base de la cognición social dentro de patrones de memoria semántica y episódica en cuanto a recursos cognitivos en el reconocimiento de una noticia; además del uso de diferentes conceptos metafóricos de cognición pertenecientes a proyección y fusión conceptual, teorías metafóricas sobre el humor, metáforas visuales, argumentos

retóricos, conocimientos básicos de semiótica de Pierce, performatividad y conceptos sobre la fotografía de Barthes, el *studium* y *el punctum*. La tercera y última vía metodológica es el establecimiento de los grupos de discusión conformado por estudiantes de la carrera de Periodismo del primer y segundo año; y por personas relacionadas al mundo de esta profesión, desde estudiantes egresados, profesores universitarios en este campo y profesionales que trabajan directamente o indirectamente en esta carrera.

Además de los pasos mencionados en este capítulo, en la parte correspondiente al anexo ofrecemos una serie de entrevistas en profundidad y semi-estructuradas realizadas a periodistas, -uno de ellos es el jefe de diagramación, responsable de las caratulas informativas del diario ‘Perú21’- que nos ayudan a definir mejor sobre la naturaleza del enfoque en la investigación, al mismo tiempo que nos brindan, mediante su experiencia y visión, diferentes puntos de vista acerca de lo que está pasando con el periodismo peruano en forma general.

Por consiguiente, el trabajo que presentamos a continuación es un análisis cualitativo sobre un número de portadas pertenecientes al diario ‘Perú21’, en ellas se plasman todas esas características teóricas antes descritas, dado que se basan en modelos semánticos instalados en formatos episódicos a través de palabras o frases claves a nivel cognitivo como parte del proceso del *feedback* de la noticia.

Por tanto, mediante los dos primeros puntos de esta estructura híbrida metodológica, es que se desarrollan también los dos primeros puntos de nuestro marco teórico; luego a partir de ahí se confrontan los resultados del análisis obtenidos con los resultados de los grupos de discusión. Todo ello, contribuye a una parte importante en la elaboración de nuestras conclusiones.

Por consiguiente, la parte más medular de la investigación está sobre las conclusiones generales, dado que mediante todos esos pasos explicados corroboramos la tendencia informativa, la espectacularidad, la objetividad y la línea informativa.

En ese sentido, se podemos decir que el diario 'Perú21' plantea discursos semióticos <<anti-estado>> dado que presenta muy a menudo como a sus actantes principales, al Presidente de la República y la primera dama, en forma conflictiva, estableciendo en líneas generales metáforas de proyección estructural <<Toda discusión es una guerra>>, al igual que otros agentes-actantes o temas-actantes que el medio considere <<adversarios>>. A manera más específica sobresale la metáfora de fusión conceptual en casi todas las portadas, <<Redes de integración de nivel único>>, parte de los enunciados contienen metáforas más simples, metonimias y hasta también una suerte de *metafonimias* basadas en formas del habla cotidiana, además de símbolos, retroalimentación en el uso de los colores, metáforas visuales contextuales en su mayoría y metáforas visuales híbridas en menor grado, así como la conjunción de estas dos, las cuales tienen como efecto metáforas de humor basados en la *bisociación* de ideas, malos entendidos, y el espíritu *fisiognómico* a través de la caricatura.

Palabras clave: modelos, metáforas, proyección, fusión, perspectiva

Abstract

In the last years, the press in Peru has taken an important role in the development of communicative feedback on all platforms and as a result of it, the information consumers keep a closer relation with the media. Actually, this means that today the cognitive models of the news have become a sort of information showcase much more spontaneous and therefore, such contents also provide more opinion than information.

In this sense, there is an increase of excessive opinion journalism and all of it reflects in the construction on the front pages of some newspapers. Thus, the object that we propose in this work relates to different speech styles that a series of covers of the newspaper 'Perú21' presents. However, our vision in the development of this research is not only to provide interpretation of these arguments about discursive elements but also to think about the handling of what might be considered informative quality, in contrast to the impact or information trending. Therefore, one way of measuring within these trends is through these methodological tools that we use.

The first corresponds to the method of *framing* as a qualitative base in our pre-analysis, which it is broken down into the following topics: <<Allocation of responsibility>>, <<Human Interest>>, <<Conflict>>, <<economic consequences>>, and << Moral >>. The second part of this chapter deals with the analysis done by the issues that Van Dijk, linguist and sociologist dutch, proposes for the study of the formation of ideologies, thought patterns, attitudes, membership of groups between others, as the basis of social cognition in semantic patterns of episodic memory and cognitive resources as regards for the recognition news; and the use of different metaphorical concepts of cognition that belongs to projection and conceptual fusion metaphor, metaphorical theories of humor, visual metaphors, rhetorical arguments, basic knowledge of semiotics of Pierce, performativity and concepts of Barthes in the photography, the studium and punctum. The third and final methodological approach is the establishment of discussion groups made up of students of the journalism career for the first and second year; and people

related to this profession, graduate students, academics and professionals in this area, teachers who work directly or indirectly in this issue.

In addition to this chapter, in the part which belongs to the attached document, we offer a series of deep and semi-structured interviews with journalist, -one of them it's the head of <<Perú21's newspaper's layout>> and responsible for the daily front pages-, who help us in order to define better about the nature of this focus for this research, at the same time they give us, through their vision and experience, different point of views about what happens with peruvian journalism in general.

Therefore, the following work is a qualitative analysis on a number of front pages which belongs to <<Perú21's newspaper>>, on them all these theoretical characteristics described above are reflected as they are based on installed semantic models in episodic formats through words or key phrases at the cognitive level as part of the feedback news.

In this way, through the first two points in this methodological hybrid structure, we elaborate the framework part, since then we contrast the results made by the analysis with the results obtained from the discussion groups. All of this contributes to a very important part of our conclusions.

Thus, the main and the most important part of this work is located in the general conclusions because we confirm, after all those applied steps, the fact trending and spectacular one, objectivity and the reporting of the newspaper.

In this sense, we can say that << 'Perú21's newspaper'>> suggest <<anti-state>> speech very often as their usual and main actants are The President and his first lady, Ollanta Humala and Nadine Heredia, so in most of the cases they are used we can see structural projections metaphors <<Any discussion/argument is a war>> in terms of

general purpose. Besides that, they use any other actant –agent or subject-agent that they consider adversary as a conflict element. In terms of specific purpose, a conceptual blending metaphor emerges in the majority of the sub-headings as a << integration unique level network >>; in some part of principal headings we can find simple metaphors, metonymy and so also a kind of *metaphonimias* based forms of everyday speech plus symbols, feedback on the use of color, visual metaphors contextual mostly and visual metaphors hybrid in minor degree, as well as the combination of these two, which have the effect of humor metaphor based on a *bisociation* of ideas, misunderstandings, and *physiognomic* spirit through caricature.

Key words: models, metaphors, projection, blending, perspective

ÍNDICE

I.- INTRODUCCIÓN

1. OBJETO Y OBJETIVO DE INVESTIGACIÓN.....	18
2. METODOLOGÍA.....	24
2.1.- CUERPO METODOLÓGICO.....	24
2.1.1.- Pre-análisis.....	25
2.1.2.- Análisis.....	26
2.1.3.- Grupos de discusión.....	27
2.2.- DISEÑO METODOLÓGICO.....	27
2.2.1.- Ficha del Pre-análisis.....	28
2.2.2.- Ficha del Análisis.....	29
2.2.3.- Preguntas del grupo de discusión.....	30
2.2.3.1.- Relación de portadas como objeto de discusión.....	31

II.- MARCO TEÓRICO

1.- Marco Teórico con respecto al Pre-análisis.....	32
1.1.- Teoría del Framing (Encuadre).....	32
1.2.- Indicadores y el framing aplicado al objeto de estudio.....	36
2.- Marco Teórico con respecto al Análisis.....	38
2.1.- Van Dijk, recursos ideológicos y la teoría de la recepción de la noticia.....	39
2.1.1.- Modelos, superestructura, memoria episódica y semántica.....	45
2.2.- La perspectiva clásica y los argumentos de la retórica.....	53
2.3.- Teoría Cognitiva verbo-visual.....	59
2.4.- La Metáfora moderna: aportes y fundamentos teóricos	

2.4.1.- La Teoría de interacción de Max Black.....	64
2.4.2.- La Metáfora de Proyección de George Lakoff y Mark Jhonson.....	70
2.4.3.- La teoría de Fusión Conceptual de Gilles Fauconnier y Mark Turner.....	78
2.4.4.- Metáfora y metonimia, Michel Legüern y otros autores.....	84
2.4.5.- El color rojo como atributo metafórico Fauconnier.....	92
2.4.6.- La metáfora del humor de Arthur Koestler, Julio Casares y Luigi Pirandello, entre otros.....	97
2.4.6.1.- Otra forma de metáfora en el humor: la risa en la ironía, la sátira y la caricatura en la sociedad política.....	103
2.5.- El lenguaje de Roland Barthes en la fotografía.....	107
2.5.1.- El estructuralismo francés en la obra de Barthes.....	114
2.6.- Nociones básicas del lenguaje de Pierce y la performatividad en los bloques lingüísticos.....	118
2.6.1.- El discurso del enunciado y la performatividad.....	120
2.6.1.1.- Tipos de performatividad.....	121
2.7.- Metáforas visuales de Charles Forceville.....	123

III.-BREVE HISTORIA DE LA PRENSA PERUANA Y EL PERIODISMO SATÍRICO

1.- La prensa en el Perú y los fundamentos de la sátira y las nuevas tecnologías...	129
1.1.- Revista ‘Monos y monadas’	132
1.2.- Los Periódicos anticlericales.....	134
1.3.- Diarios de formato de sábana y tabloide.....	136
1.3.1.- Diario ‘La Prensa’	138
1.3.2.- Diario ‘El Comercio’	141
1.3.3.- Diario ‘La República’	143
2.- Diario ‘Última Hora’	143
3.- La Prensa Chicha.....	148

3.1.- Música chicha y diarios chicha.....	150
3.2.- Los diarios chicha.....	151
3.3.- Diarios chicha y sus lazos con el << <i>fujimontesinismo</i> >>.....	153
4.- Los diarios del fin de siglo y nuevo milenio.....	158
4.1.- Diario ‘Correo’.....	158
4.2.- Diario ‘Perú21’	159
5.- La plataforma tecnológica en los diarios.....	159

IV.- DESARROLLO DEL MARCO TEÓRICO REFERENTE AL PRE-ANÁLISIS

1.- Relación de portadas pre-analizadas (2008-2015).....	161
1.1.- <<Fin al Monopolio>>.....	162
1.2.- <<Videíto manda>>.....	163
1.3.- <<Sigue mudo>>.....	164
1.4.- <<Uña y mugre>>.....	165
1.5.- <<Álvarez Rodrich deja ‘Peru21’>>.....	166
1.6.- <<Mintió>>.....	167
1.7.- <<Qué buena teta>>.....	168
1.8.- <<BCR lo deja volar>>.....	169
1.9.- <<Hora cero>>.....	170
1.10.- <<Condenado>>.....	171
1.11.- <<No acabó el colegio>>.....	172
1.12 <<Fuera los coimeros>>.....	173
1.13.- <<Sólo cobran>>.....	174
1.14.- <<A 100 por cabeza>>.....	175
1.15.- << El Metepatas>>.....	176

1.16.- <<Obras por voto>>.....	177
1.17.- <<Se la llevan fácil>>.....	178
1.18.- <<Alma, corazón y <i>Kina</i> >>.....	179
1.19.- <<Contacto en Palacio>>.....	180
1.20.- <<Se ponen las pilas>>.....	181
1.21.- <<FARC quiso revivir a Sendero>>.....	182
1.22.- <<Negocio redondo>>.....	183
1.23.- <<Dólar se cae>>.....	184
1.24.- <<Luz verde>>.....	185
1.25.- <<IGV sube al 18%>>.....	186
1.26.- <<Dolce vita>>.....	187
1.27.- <<Será uno de ellos>>.....	188
1.28.- <<La conexión Chávez>>.....	189
1.29.- <<Se lavan las manos>>.....	190
1.30.- <<Es la jefa>>.....	191
1.31.- <<Papelón>>.....	192
1.32.- <<Violador>>.....	193
1.33.- <<Atropello>>.....	194
1.34.- <<Por las nubes>>.....	195
1.35.- <<Plata pérdida>>.....	196
1.36.- <<Pico a pico>>.....	197
1.37.- <<No avanza>>.....	198
1.38.- <<Celebra>>.....	199
1.39.- <<¿Salió de la base?>>.....	200
1.40.- <<A puerta cerrada>>.....	201
1.41.- <<Gabriel García Márquez 1927-2014>>.....	202

1.42.- <<Los hombres del Presidente>>.....	203
1.43.- <<Paso al costado>>.....	204
1.44.- <<Estamos volviendo al Chavismo>>.....	205
1.45 <<Doble cara>>.....	206
1.46.- <<Defraudó por S/. 564 millones>>.....	207
1.47.- <<Rastreo viene de lejos>>.....	208
1.48.- <<En su laberinto>>.....	209
1.49.- <<Patea la grati>>.....	210
1.50.- <<US\$ Perdimos 67,203 millones>>.....	211
2.- Resumen.....	212

V.- DESARROLLO DEL MARCO TEÓRICO REFERENTE AL ANÁLISIS

1.- Portadas analizadas del objeto de estudio según las teorías.....	218
--	-----

1.1.- Atribución de responsabilidad

1.1.1.- <<Condenado>>.....	219
1.1.2.- <<Sólo cobran>>.....	227
1.1.3.- <<Fuera los ‘coimeros’>>.....	240
1.1.4.- <<A 100 por cabeza>>.....	251
1.1.5.- <<Patea la ‘grati’>>.....	262

2.- Interés humano

2.1.1.- <<Qué buena teta>>.....	275
2.1.2.- << Alma, corazón y <i>Kina</i> >>.....	285
2.1.3.- <<Gabriel García Márquez 1927-2014>>.....	296

3.- Conflicto

3.1.1.- <<Fin al monopolio>>.....	305
3.1.2.- <<Videíto manda>>.....	317

3.1.3.- <<Sigue mudo>>.....	330
3.1.4.- <<Álvarez Rodrich deja ‘Perú21’>>.....	342
3.1.5.- <<Es la jefa>>.....	356
4.- Consecuencias económicas	
4.1.1.- <<Dólar se cae>>.....	368
4.1.2.- <<Perdimos US\$ 67,203 millones>>.....	378
4.1.3.- <<Negocio redondo>>.....	388
5.- Moral	
5.1.1.- <<Uña y mugre>>.....	409
5.1.2.- <<Mintió>>.....	421
5.1.3.- <<No acabó el colegio>>.....	433
5.1.4.- <<En aprietos>>.....	444
5.1.5.- <<Todo listo>>.....	457
5.1.6.- <<Sin autocrítica>>.....	471
VI.- DESARROLLO Y RESULTADOS DEL GRUPO DE DISCUSIÓN EN RELACIÓN A 14 PORTADAS DEL DIARIO ‘PERÚ21’ (2008 Y 2015)	
1.- Relación de Preguntas y respuestas de los <<grupos experto y grupo de estudiantes>>.....	482
2.- Conclusiones Generales del <<Grupo de Discusión>>.....	510
VII.- CONCLUSIONES ESPECÍFICAS Y GENERALES	
1.- Específicas	
1.1.- Características de los modelos episódicos en los distintos tipos de portadas.....	513
1.2.- Características de los modelos semánticos en los distintos tipos de portadas.....	518

1.3.- Características de los modelos metalingüísticos en los distintos tipos de portadas.....	522
1.4.- Metáforas frecuentes en los distintos tipos de portadas.....	529
1.5.- Proyección estructural, ontológica y fusión conceptual; metáforas visuales y de humor.....	531
2.-Generales.....	538
VIII.- BIBLIOGRAFÍA.....	547
IX.- ANEXOS	
1.- RELACIÓN DE LAS PORTADAS PRE-ANALIZADAS.....	563
2.- INFORME SOBRE LA PRENSA PERUANA EN LA ACTUALIDAD. ENTREVISTAS DE PROFUNDIDAD Y SEMI-ESTRUCTURADAS.....	613
1.1.- Entrevista a Jenifer Cerecida, Conductora del Telenoticiero de canal 7 del estado.....	615
1.2.- Entrevista a Enrique Chávez, sub-director de la revista política ‘Caretas’	621
1.3.- Conclusiones de las entrevistas en profundidad.....	627
1.3.- Entrevista semiestructurada, a Luis Hidalgo, jefe de diagramación del diario ‘Perú21’	630
3.- RELACIÓN DE ENTREVISTAS Y ARTÍCULOS RELACIONADOS AL TEMA:	
ENTREVISTA A AGUSTO ÁLVAREZ RODRICH, texto de Ana Nuñez.....	639
LA RISA EN EL PERÚ, Fuente: Sección ‘Lucas’, ‘EL COMERCIO.....	645
PERÚ: CONCENTRACIÓN DE MEDIOS Y DICTADURA MEDIÁTICA, texto de Sinesio López.....	648
FREEDOM HOUSE INFORMA DETERIORO DE LA LIBERTAD DE PRENSA EN EL PERÚ.....	650

I.-INTRODUCCIÓN

1.- OBJETO Y OBJETIVO DE ESTUDIO

Esta tesis pretende abordar la problemática de la calidad informativa en la actual prensa peruana de referencia observadas desde la construcción discursiva de sus portadas. Por tanto, se cree que el periodismo en el Perú ha sufrido una serie de cambios en cuanto a su estructura informativa como consecuencia de una serie de elementos que obedecen a condiciones económicas y políticas dentro del país, así como a exigencias propias del lenguaje informativo de hoy en día.

En este sentido, los contextos socio-políticos internos siempre han marcado la pauta ideológica de la gran mayoría de los periódicos, tanto es así que los orígenes del periodismo en el Perú van de la mano con los acontecimientos históricos importantes, incluso desde antes de la República¹, con diarios que avalaban la monarquía y evidentemente con otros que apostaban por la Independencia, tal es el caso del primer periódico de doctrina llamado '*El Pacificador del Perú*', creado solamente para la ocasión emancipadora, ya que fue concebido por los patriotas en Huaura el 10 de abril de 1821 y duró hasta el 1º de septiembre de ese mismo año; el 28 de julio se produciría la Declaración de la Independencia del país.

A partir de ahí, emergen una infinidad de diarios para diversos fines proselitistas en medio del caos político que se vivía durante sus inicios como estado libre. Por tanto, de

¹La historia republicana en el Perú comienza oficialmente cuando se proclama la Independencia del país, el 28 de julio de 1821, presidido por el general argentino José de San Martín, jefe de la Expedición Libertadora, en la ciudad de Lima, capital que hasta antes de la emancipación española era conocida como la capital del Virreinato del Perú. El 20 de septiembre de 1822, se instala el Primer Congreso Constituyente del Perú, fecha que también es importante porque a partir de ahí comienza el punto de partida de la República del Perú, así lo indica el historiador Jorge Basadre (1903-1980).

toda la gama de periódicos existentes de esas épocas, destaca '*El Mercurio Peruano*' (1827-1834), el cual se convierte en uno de los diarios más importantes y serios de la época, pero no es hasta la aparición del diario '*El Comercio*' (1839), que cierra de manera absoluta, un antes y un después en la historia del periodismo del país.

“La aparición del diario '*El Comercio*' marca indudablemente un hito en la historia del periodismo peruano y coincide con el comienzo de una nueva etapa en la historia del país: en lo político, búsqueda de estabilidad; en lo económico, la llegada y promoción de los capitales y las prácticas comerciales que harán posible la iniciación del Perú en el capitalismo” (Juan Gargurevich, 1991:61)

Actualmente, '*El Comercio*' sigue siendo, a pesar de todo, uno de los diarios líderes en el contexto noticioso peruano; sin embargo, las exigencias a nivel de empresa, hacen que <<la noticia también sea un negocio>> y que, <<el Grupo de '*El Comercio*'>> se expanda mediante la creación de <<otros productos de línea>> que le sean rentables, así aparecen el diario '*El Trome*' (2000) de formato tabloide para segmentos populares de condiciones más modestas; debido al éxito de los <<diarios chichas>>, llamados así por ser sensacionalistas durante la época del gobierno de Fujimori en los años '90's.

No obstante, existía ya otro <<nicho de mercado informativo>>, al cual el diario '*Correo*', fundado por Juan Carlos Tafur, había accedido con éxito. Este periódico, de formato tabloide fue creado en los años '90's, para ofrecer calidad informativa a un precio módico de 0.50 céntimos de sol. Es entonces que <<el grupo de '*El Comercio*'>> ve la oportunidad de negocio y crea el diario '*Perú21*' a comienzos del nuevo milenio. De esta manera, intenta competir proponiendo la misma lectura a los ciudadanos no sólo de los segmentos más acomodados sino también se aproxima a los demás sectores socio-económicos. Sin embargo, tiempo después, '*Perú21*' se diferenciaría cada vez más de su competencia informativa '*Correo*' en vista de la tendencia gráfica de sus portadas; años más tarde <<el grupo de '*El Comercio*'>> compraría también '*Correo*', con lo cual se elimina la rivalidad periodística.

De ahí que frente a los diversos medios impresos que hay en Lima, se ha elegido al

diario 'Perú21', como el objeto de estudio, ya que presenta ciertas características discursivas que lo hacen destacar de otros diarios dentro del contexto peruano. 'Perú21' es un periódico de formato tabloide creado por <<el grupo de 'El Comercio'>> en agosto del 2002 y de cuyo primer director fue el economista, Augusto Álvarez Rodrich, quien estuvo al mando hasta noviembre del 2008. Desde esa fecha, han ido cambiando de directores de información, entre ellos Fritz Du Bois, quien ya falleció; Claudia Izaguirre, entre otros. En la actualidad, el actual jefe periodístico es el economista Juan José Garrido.

Por consiguiente, para un mejor entendimiento de los medios de comunicación en el país, es necesario hacer una breve reseña histórica de la situación de éstos, a priori del nacimiento de 'Perú21'. En ese sentido, el contexto de años anteriores referente a este medio está marcado por graves problemas socio-políticos que el país tuvo que enfrentar a raíz de la huida del ex Presidente, Alberto Fujimori² y de su asesor político Vladimiro Montesinos. Durante el tiempo de su mandato, los medios de comunicación en su mayoría, se mostraron <<aliados>> de su gobierno al <<vender sus líneas editoriales>>, y de esta manera, ser parte del plan de <<continuidad>> política el cual era ya anticonstitucional. De ahí que fueron muy pocos los medios reticentes, uno de los ejemplos fue 'La República', de cuyos principales periodistas de investigación solían sufrir <<ataques peyorativos>> contra sus personas en otros medios vendidos al régimen de ese momento, tales como los llamados diarios chichas, denominación a los periódicos de formato tabloide amarillista o sensacionalista como son 'El Men', 'El Tío', 'Ajá', 'La Chuchi', entre otros.

La historia política del país cambia, a raíz de un vídeo donde se observa al asesor presidencial, Vladimiro Montesinos en actitud de soborno ante el congresista Alberto Kouri, de manera que dimita del partido opositor 'Perú Posible', para que sea militante de 'Cambio 90', el partido de Fujimori. Este vídeo tuvo las mismas consecuencias políticas y sociales en el Perú, casi del mismo nivel que el escándalo que representó el *Watergate* en Estado Unidos. A partir de ahí aparecieron numerosos vídeos en los cuales Montesinos

²La ascensión a la presidencia de Alberto Fujimori significó un acontecimiento significativo en la historia de la política peruana, dado que simboliza el elemento *outsider*, es decir que hace referencia a una persona que está fuera de la representación política. En este sentido, Alberto Fujimori, profesor de matemáticas de la Universidad Agraria de La Molina, de la ciudad de Lima, emerge como un potencial candidato a la presidencia del país frente al desgastado sistema en la historia de los partidos políticos peruanos. Por lo tanto, el partido del <<chino>>, prometía algo diferente, desde el nombre de su grupo político 'Cambio '90', hasta su lema institucional <<Honestidad, tecnología y trabajo>>.

corrompía a diversos líderes políticos, dueños de empresas privadas, así como de medios de comunicación, tal es el caso de Ernesto Shultz, el dueño de uno de los canales más vistos en el país en ese entonces, el canal 5, más conocido como '*Panamericana Televisión*'³.

Por consiguiente, las protestas de la sociedad no se hacen esperar y lo que <<era un secreto a voces>> sobre <<las ideologías compradas>> de empresas y líderes mediáticos, se hace evidente ante el primer <<vladivideo>>. En este sentido, una vez iniciada la decadencia del régimen ante los evidentes hechos de corrupción, el abogado y político Valentín Paniagua es elegido Presidente Transitorio desde el 22 de noviembre del 2000 hasta el 28 de abril de 2001, luego de ahí es elegido uno de los principales líderes políticos en contra del *fujimontesinismo*, Alejandro Toledo. De este modo, lo que se instaura con su gobierno es un nuevo comienzo en la historia de la democracia peruana, la cual quiere eliminar toda secuela de autoritarismo y corrupción y permite todos los caminos posibles para que los medios de comunicación vuelvan a ser instituciones independientes.

En este sentido, en relación a estos acontecimientos políticos-sociales, del cual la prensa tuvo un papel medular, es que creemos que una de las razones importantes de la situación de la prensa peruana en la actualidad se debe a este tipo de contextos históricos que de alguna manera alteró la relación entre medios y gobierno a partir de entonces, y que por ende también, la forma de la política dentro de un medio. El periodista Enrique Chávez, subdirector de '*Caretas*', -una de las revistas políticas con más prestigio e historia en el país-, indica que lo que actualmente sucede con la prensa es una suerte de ajuste de cuentas a nivel moral y que, por tanto, todo acto político de la más mínima sospecha de corrupción se ha vuelto en este momento denunciabile.

De ahí que medios internacionales como '*The economist*' señalan a la prensa peruana como una de las prensas más virulentas de la región. Por consiguiente, el periodismo en el país no sólo ha recobrado su valor de informar sino que parece haber extremado el concepto de <<cuarto poder>>.

En ese sentido, para los fines del análisis, nos hemos centrado de manera detallada

³Disponible en (https://www.youtube.com/watch?v=w8dw9Q_JIos)

en un total de 50 portadas. El objetivo general de la investigación es establecer una relación entre calidad informativa e impacto socio-semiótico cognitivo.

Por tanto, se tiene como finalidad brindar una aproximación analítica hacia los diferentes modos de discurso que contienen tales grupos de portadas, y de esta forma, indagar en profundidad sobre el grado de objetividad-subjetividad y espectáculo informativo en función a la utilización de herramientas teóricas en relación a la metáfora, metonimias y símbolos, las cuales están inmersas en nociones de estudio, sobre las ideologías, retórica y grupos de pertenencia en la sociedad, etc.

Por consiguiente, los objetivos específicos de esta investigación son los siguientes:

- Establecer el análisis a profundidad mediante un primer marco teórico según estas herramientas socio-cognitivas.
- Determinar cuál es el contexto de la noticia, mediante las tareas y actividades de los actantes implicados en el discurso.
- Examinar el discurso mediante los objetivos, significado y forma que el enunciador (medio) ofrece.
- Analizar la acción de los actantes en el discurso, tanto de manera directa como indirecta, y al mismo tiempo determinar el tipo de acción del enunciador (el medio).
- Establecer la identidad/Pertenencia de los actantes y dependiendo del grado del discurso, del enunciador.
- Analizar los modelos situacionales, contextuales y parciales a través de los tipos de memoria en relación a la noticia que el autor propone (memoria episódica/memoria semántica).
- Analizar los modelos semánticos en función al tipo de discurso y localizar el modelo episódico dentro del semántico. (Retroalimentación).
- Analizar las proposiciones argumentales a través de las modalidades de necesidad,

los predicados, lexicalización, roles semánticos y las nociones de perspectiva. En este sentido, se desmenuzan los códigos semánticos discursivos que más sobresalen.

- Se intenta también averiguar sobre los elementos semióticos dentro de las distintas posibilidades de la metáfora y demás aspectos literarios que se puedan hallar en este tipo de prensa, en el cual se le da más importancia al discurso gráfico que al texto noticioso.

En ese sentido, las preguntas que guían a esta investigación son las siguientes:

- ¿A qué se le puede llamar una portada de impacto y qué características presentan?
- ¿Qué tipos de discursos establecen tales imágenes?
- ¿Existe alguna forma de comunicación metalingüística entre los contenidos de los bloques textuales que contienen los colores rojo, blanco, negro, entre ellos?
- ¿Cuál es la razón principal del uso del color rojo en la mayoría de sus portadas?
- ¿Cuál es el propósito semántico y discursivo entre el nivel de interrelación que existe entre los elementos icónicos y palabras metafóricas?
- ¿Qué tipo de mensajes establecen estas portadas y para qué público está elaborado?
- ¿Cuál es el nivel de sensacionalismo que existe en estas portadas?

2.-METODOLOGÍA

2.1.- Cuerpo metodológico:

En esta parte de la investigación, creemos que es de suma importancia establecer una forma de trabajo integrada para la elaboración de una estructura metodológica mucho más completa que sirva de elemento inter-funcional y nos ayude a establecer mejor las conclusiones, que son la parte medular de esta tesis. Por tanto, en el marco de la realización de estos objetivos, es que proponemos dos enfoques de observación distintos que medirán de una manera más objetiva los resultados.

En este sentido nuestro método es analítico cualitativo y por ende también deductivo. El primer paso consiste en realizar un pre-análisis en cuanto a la justificación de la elección de las 50 portadas del diario ‘Perú21’, para su posterior análisis de discurso, y de cuyo trabajo deductivo lo queremos canalizar a partir de la teoría de *framing* o de *encuadre*.

Luego, como segunda parte de la investigación, se pretende analizar en profundidad estas mismas caratulas informativas, así como las más actuales con el fin de obtener un conocimiento *a priori*, las mismas que servirán de base en la elaboración de nuestras conclusiones generales. En la parte del análisis, hemos excluido las portadas que comparten patrones o esquemas con otras portadas de objeto de estudio.

Por consiguiente, con el objetivo de corroborar nuestras primeras deducciones luego de la realización del análisis, recurrimos a otro método diferente, de alguna manera más objetivo dado que se realiza a partir de grupos de discusión entre dos conjuntos diferentes de individuos que guardan relación con el mundo de la comunicación. El primero es un grupo de estudiantes del primer y segundo año de la carrera de Periodismo, y el segundo es un conjunto de personas que ya trabajan en el medio o que acaban de terminar la carrera.

De esta manera, lo que se pretende es realizar un contraste de conclusiones académicas y de campo. Las primeras establecidas mediante las opiniones de los jóvenes estudiantes y que luego se confrontarán con las opiniones de <<expertos>>.

Por otro lado, realizaremos también entrevistas en profundidad y semi-estructuradas a periodistas que no pertenecen al objeto de estudio, así como a la persona encargada del área del diseño y diagramación de las portadas del diario '*Perú21*' para que nos brinden en conjunto, sus mejores aportes sobre la situación del periodismo actual en el país, desde su visión y experiencias.

Estas entrevistas -que irán incluidas en el capítulo de anexo-nos ayudarán a establecer conclusiones más generales con respecto a la problemática de la prensa en general, así como corroborar si la prensa peruana ha cambiado su estructura informativa en estos últimos 10 años como efecto ideológico de la relación gobierno-medios.

Por lo tanto, lo que se pretende demostrar con esta forma de metodología es ofrecer un tipo de análisis tanto subjetivo, a base de teorías académicas pertenecientes a este campo, como también objetivo mediante las opiniones del propio receptor, quien a su vez forma parte de nuestro de análisis de manera indirecta, puesto que el hecho de analizar las portadas de un medio de comunicación conlleva al mismo tiempo, intuir la mirada del lector.

En ese sentido, creemos que es de vital importancia demostrar si nuestras conjeturas o deducciones académicas, realizados a base de un pre-análisis y luego de un análisis, coinciden en la práctica de la lectura del discurso del propio receptor, a partir de la confrontación de los grupos de discusión antes mencionados y de la opinión de los periodistas más expertos que tienen también otro tipo de mirada hacia la forma de mensaje de un medio de comunicación.

2.1.1.- Pre-análisis

En este apartado realizamos la parte más importante de la metodología, dado que es nuestra base cualitativa y es sobre ella en la que procedemos a analizar el objeto de estudio. Por

consiguiente, nos apoyamos en la teoría del *Framing* o de encuadre, de Semetko y Valkenburg, autores que se sirven de un enfoque multidisciplinar para el desarrollo de su propuesta de análisis cualitativo sobre las noticias.

En este sentido, es importante precisar que tanto la psicología, la sociología interpretativa, así como el estudio crítico de los medios de comunicación, son las principales fuentes para la creación de la teoría del <<marco o encuadre>>.

Por tanto, un <<marco>> es una herramienta indispensable para transmitir información puesto que aumentan las perspectivas y revelan puntos de vista particulares sobre los eventos y al mismo tiempo las transforman, marcan una suerte de crítica cualitativa debajo de moldes informativos. De ahí que su importancia es necesaria porque sirve de foco de apreciación y valoración de un aspecto de la noticia en función de los demás componentes de la misma.

Por consiguiente, con este método de pre-análisis intentamos indagar sobre tales características y sustentar de forma meramente cualitativa su elección.

2.1.2.- Análisis

Como segundo punto importante se encuentran una serie de teorías mixtas para la construcción de nuestro referente académico del análisis, el cual se divide en dos partes y lo pasamos a explicar en el siguiente párrafo.

El análisis contiene un primer esqueleto metodológico, en él manejamos elementos correspondientes al análisis del discurso de la noticia según el lingüista holandés, Van Dijk, en vista de que marcan la pauta principal desde un enfoque socio-cognitivo.

En nuestra segunda forma de trabajo, utilizamos diversos conceptos, entre ellos teorías sobre la metáfora, desde la perspectiva clásica de Aristóteles, así como los elementos

retóricos; hasta las teorías cognitivas de proyección y fusión conceptual; diferenciación entre la metáfora y metonimia, las metáforas en los colores.

También empleamos dentro de ese mismo grupo, conceptos de la teoría cognitiva verbo-visual, elementos semióticos básicos de Pierce, conceptos referentes a enunciados constatativos y performativos; así como metáforas visuales de Charles Forceville y teorías relacionadas a la fotografía bajo la mirada estructuralista de Barthes.

Por tanto, la importancia en la utilización de este enfoque conduce a una mirada crítica de la forma discursiva de cómo se elabora una portada, puesto que mide el grado de tendencia en el discurso, así como la objetividad.

En este sentido, todos estos aspectos teóricos nos llevarán a establecer conclusiones previas, las cuales contrastaremos con el siguiente capítulo metodológico a describir.

2.1.3.- Grupos de Discusión

En este punto de la metodología, haremos un grupo de discusión entre un conjunto de estudiantes de los primeros años de la carrera de Periodismo y otro grupo de individuos relacionados a un medio de comunicación directa o indirectamente, o gente egresada de esta carrera.

Por consiguiente, el grupo de discusión se basa en una serie de preguntas en relación a un grupo de 14 portadas, de las cuales intentamos averiguar sus pareceres. En este sentido, podremos analizar de una forma más cercana la experiencia de sus opiniones, y constataremos si nuestros resultados de tales análisis discursivos coinciden con las opiniones de este grupo de personas, así como también observaremos el grado de relación o disparidad entre sus comentarios referente a tales portadas.

2.2.- Diseño Metodológico

En este capítulo pasaremos a exponer la forma de la metodología de cada subcapítulo.

2.2.1.- Ficha del Pre-análisis:

Semetko y Valkenburg establecen una serie de indicadores del *Framing*, de los cuales nos apoyamos para pre-analizar las portadas como objeto de estudio.

1. ATRIBUCIÓN DE RESPONSABILIDAD

1. 1. ¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema?

1. 2. ¿La información sugiere solución para el problema?

1. 3. ¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?

2. INTERÉS HUMANO

2. 1. ¿La información proporciona un caso o “el lado humano” del tema?

2. 2. ¿La información emplea adjetivos o anécdotas personales que generen sentimientos de indignación, empatía, ternura, simpatía o compasión?

2. 3. ¿La información entra en la vida privada o personal de los actores?

3. CONFLICTO

3. 1. ¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/grupos?

3. 2. ¿Reprocha una persona/grupo a otro?

3. 3. ¿La información se refiere a ganadores y perdedores?

4. CONSECUENCIAS ECONÓMICAS

4. 1. ¿Se mencionan pérdidas económicas o ganancias en la actualidad o en el futuro?

4. 2. ¿Se mencionan costes o grado de gasto involucrado?

4. 3. ¿Se mencionan las consecuencias económicas de seguir o no seguir una línea de actuación?

5. MORAL

5. 1. ¿La información contiene algún mensaje moral?

5. 2. ¿La información se refiere a la moral, Dios y otros principios religiosos?

5. 3. ¿La información propone prescripciones sociales acerca de cómo comportarse?

2.2.2.- Ficha de Análisis.- De acuerdo con los elementos sobre análisis del discurso de Van Dijk, las teorías metafóricas cognitivas y clásicas, la teoría verbo-visual, la mirada de Barthes, las metáforas visuales de Forceville obtuvimos lo siguiente:

- 1.- Contexto:
- 2.- Discurso:
- 3.- Acción:
- 4.- Identidad/Pertenencia:
- 5.- Modelos situacionales (memoria episódica y parte de la memoria semántica)
- 6.- Modelos contextuales:
- 7.- Modelos parciales:
- 8.- Modelos semánticos (memoria episódica, semántica: retroalimentación)
- 9.- Propositiones
 - 9.1.- Modalidades de necesidad
 - 9.2.- Los predicados
 - 9.3.- Lexicalización
 - 9.4.- Los roles semánticos
 - 9.5.- Las nociones de perspectiva
- 10.- La perspectiva clásica
 - 10.1.- Poética
 - 10.2.- Retórica
- 11.- La expresión cognitiva verbo-visual
- 12.- Interacción
- 13.- Proyección
- 14.- Fusión conceptual
- 15.- Interrelación entre la metáfora y la metonimia
- 16.- El color como atributo metafórico
- 17.- Metáfora y humor
- 18.- El studium y punctum
- 19.- Metáforas visuales

2.2.3.- Grupos de Discusión (Preguntas).-

El grupo de discusión tuvo como primera parte la opinión de estudiantes de la carrera de Periodismo de los primeros años; luego las opiniones de personas que pertenecen a un medio de forma directa o indirecta, profesores de Periodismo y recién egresados. Cada grupo serán de seis personas a quienes se les consultará, de acuerdo a las preguntas establecidas, sobre 14 portadas del diario '*Perú21*'. A continuación, exponemos las siguientes preguntas y los nombres de las portadas, las mismas que corresponden al año 2008-2009 y el año 2014 (sólo una portada), y 2015.

Relación de Preguntas

- 1.- ¿Considera al diario '*Perú21*' como uno de los diarios líderes dentro de la prensa peruana? ¿Por qué?
- 2.- ¿Cuál de estas portadas recuerda más a nivel de impacto visual y por qué?
- 3.- ¿Qué o cuáles noticias le produce más indignación y por qué?
- 4.- ¿Qué noticia le genera más conformidad en cuanto a los hechos como una cualidad merecedora de la misma? Puede ser mala o buena, ejemplo: 1.-“Si Fujimori hizo mucho daño al país, pues se merece estar entre rejas ahora”// 2.- “Si Claudia Llosa y Magaly Solier le dieron el galardón máximo al cine peruano en un festival internacional, se merecen todo nuestro respeto”
- 5.- ¿Cuál cree Ud. que es el tema noticioso con menor contenido ético o falta de moral por parte del objeto descrito o contexto y por qué cree que el medio le ha dado ese enfoque?
- 6.- ¿Qué noticia le causa más jocosidad y qué justificación podría encontrar en la razón de su uso?
- 7.- ¿Por qué cree que la política y el humor pueden funcionar bien en una portada?

8.- ¿Cuál de los personajes políticos o artísticos son siempre el foco de atención en la prensa y a qué se debe?

9.- ¿Encuentra satisfacción al leer este tipo de portadas noticiosas, le parece gracioso, interesante, le llama la atención, le motiva para seguir leyendo el artículo entero?

10.- ¿Cree que este tipo de noticias con estos mismos personajes seguirán causando noticia? ¿Cómo cree que pueda ser enfocado los personajes más resaltantes de la vida política, social y artística del país en un futuro próximo, independientemente de sus actos buenos o malos? ¿Cree que el medio los utiliza?

2.2.3.1.- Relación de portadas como objeto de discusión:

<<VIDEÍTO MANDA>>: 2008

<<SIGUE MUDO>>: 2008

<<ALVAREZ RODRICH DEJA PERÚ 21>>: 2008

<<CONDENADO>>: 2009

<<UÑA Y MUGRE>>: 2008

<< ¡MINTIÓ!>>: 2009

<<QUÉ BUENA TETA>>: 2009

<<SÓLO COBRAN>>: 2009

<<EN APRIETOS>>: 2014

<<EN SU LABERINTO>>: 2015

<<DEFRAUDÓ POR 564 MILLONES>>: 2015

<<PERDIMOS US\$67,203 MILLONES >>: 2015

<<PATEA LA GRATI>>: 2015

<<SIN AUTOCRITICA>>: 2015

II.- MARCO TEÓRICO

1.- MARCO TEÓRICO DEL PRE-ANÁLISIS

El primer paso consiste en un análisis previo para la justificación de la elección de las 50 portadas del diario ‘Perú21’ en base a la teoría de *framing* o de *encuadre*.

1.1.- Teoría del ‘Framing’ (Encuadre)

Como se sabe esta teoría nació a raíz de otorgar una metodología y visión nueva dentro del campo de la investigación académica y al mismo tiempo dentro del área del periodismo, en aquellos años (1960-1970) en los cuales existía un alto grado de interés por los criterios de objetividad como la única forma de investigar o analizar una noticia.

En este sentido, la teoría del *encuadre* rompe con las pretensiones objetivistas y marca un antes y un después en estas formas de proceso de información. Por tanto, la realidad pasa por el sujeto como una suerte de filtro interpretativo, ya sea consciente o inconscientemente; ello impide que existan dos modelos interpretativos contados de la misma forma. (Giménez Armentia, 2006: pp. 56).

Es por eso que dentro del ámbito de la interpretación, las diferentes corrientes sociológicas también han sido los principales causantes en cuanto al establecimiento de la teoría del *framing* en el contexto de este tipo de investigaciones. Tanto las Escuelas de Chicago, la fenomenología y la etnometodología han necesitado de esta “herramienta esencial en los procesos de interpretación de significados”, ya que sin este instrumento de observación y de análisis, no se podría medir el grado de interacción que tienen los individuos, y de cuyo objeto de investigación es la explicación del rol de éstos en las situaciones cotidianas. (Rodríguez, Semova, 2013: pp. 859)

Dentro de este contexto de apertura a la práctica del *encuadre*, Bateson (1993) es el primero en definir a este concepto a través de la psicología cognitiva manifestando que el *frame* es un desarrollo que pasa por tres niveles: referencial, metalingüístico y meta comunicativo.

En este sentido, Sábada con respecto a Bateson afirma que “los marcos son instrumentos de la mente...su interés no reside en las cosas, sino en los por él denominados ‘circuitos’ de formas diferenciales que extraemos en las cosas y residen en la mente” (Sábada, 2000:33, extraído de Giménez 2006: 56)

Por su parte, Goffman (2006) lo define como marco (contexto de la realidad) y esquema (estructura mental), los cuales son términos que sirven y explican para una correcta definición de la situación; y al mismo tiempo introduce también “el concepto de *keying* como una explicación de la transcripción de marcos que permite llegar a dar sentido a los hechos con nuevas interpretaciones”. (Rodríguez, D. Jivkova, 2013:859)

En este sentido, el concepto de *framing* o *encuadre* tiene una naturaleza propia que no es más que la interpretación mediante fases o procesos cognitivos muy propios de las personas que trabajan a través de la observación, el análisis y la deducción. En el campo del periodismo, el *framing* también es una herramienta más que necesaria, porque ayuda a la objetividad de los contextos por medio del filtro de la subjetividad del periodista que no son otros que las experiencias antropológicas, culturales, sociales, políticas, académicas hasta filosóficas y ontológicas.

A manera de agregar dos conceptos relacionados muy estrechamente al encuadre, es por ello que es importante mencionar a la agenda *setting*-que sirve de medio para la estructuración del contenido del *framing*-; y otro de los conceptos, en el sentido más ontológico, como es la estructura mental de la opinión pública.

Como primer punto, en cuanto a la agenda *setting*, ésta consiste en la búsqueda de las noticias, estableciéndose así un orden jerárquico de información. Sin embargo, se explicará con más detalles sobre esta característica unos párrafos más adelante. En cuanto al análisis del *encuadre*, ésta se expande más allá en la búsqueda de noticias centrándose en la esencia de los temas sobre las cuestiones generales y no en un tema particular. De esta manera, dentro de estos procedimientos en la información, se va formando al mismo tiempo, la opinión pública.

“Las mismas secciones de los periódicos, las editoriales, la extensión, la página donde se ubique, el diseño, las fuentes de información, los titulares, las fotografías, son todas ellas formas que tienen los periódicos de enmarcar y de encuadrar las informaciones” (Giménez, 2000: pp. 57)

Ya lo mencionaba Tuchman (1978) al indicar que el *framing* crea distintas versiones de la realidad y de esta forma la pluralidad, es decir un espacio para el desarrollo y creación en la opinión pública. Es precisamente él quien inicia el estudio de los *frames* aplicados a los medios de comunicación, en donde el marco es para él, la unión entre el periodista y la organización informativa, y la noticia el fin común entre ambos y en donde el medio ayuda a elaborar. (Tuchman, 1978: pp.1-2)

“Con estos mecanismos los diarios hacen opinión en la información (...) demuestran que lo hacen no sólo en las páginas de opinión sino a través de todo el periódico, rompiendo así sutilmente la clásica separación entre información y opinión (Canel, 1991:1)

Por tanto, los periodistas son quienes ordenan y trabajan la información para la creación de la noticia por medio de una metodología del día a día. Para Gitlin (1980:7), los *frames* permiten a los periodistas que procesen grandes cantidades de información de forma rápida y rutinaria basados en los patrones persistentes de conocimiento, interpretación, selección, énfasis y exclusión para la posterior construcción de los discursos verbal o visual. Para Entman (1993) el *frame* es la selección de la realidad por medio de la imagen que el propio periodista crea de acuerdo a lo que sucede en el mundo, ya que <<los marcos definen los problemas>>, <<diagnostican causas>>, <<hacen juicios de moral>> y <<sugieren soluciones>> (1993:52). En este sentido, puede que Tankard (2000) haya definido al *framing*, de alguna manera, basado en los indicadores que Entman propuso en su momento, al deducir que el encuadre se encontraba en los títulos, subtítulos, antetítulos, fotografías. Otra aproximación relativa la tuvieron Gamson y Mondiglainni, unos años atrás, al subrayar de que el *framing* se encontraban en las palabras claves, lenguaje común, metáforas, frases, en su planteamiento denominado *media package* (1989); Reese (2001)

establece que los *frames* explican las relaciones de poder puesto que están sujetos.

Por otro lado, volviendo al concepto de agenda *setting*, es importante recalcar que su función es organizativa en cuanto a la selección, orden esquemático y jerárquico de las noticias. En este punto, autores como McCombs y Evatt (1955:8) consideran que ambos conceptos (*framing* y agenda *setting*) están bastante relacionados, sumándole más connotación de importancia a la agenda *setting*, puesto que ya no sólo se refiere únicamente a la selección de noticias de lo que los medios se ocupan sino también al enfoque de los mismos; y como consecuencia de esa ‘selección’ se excluyen también a otro tipo de noticias o sucesos menos importantes. De ahí que ellos consideran que el *framing* es la segunda dimensión de la agenda *setting*.

En este marco de deducciones, queda establecido entonces, la relación del *framing* (*encuadre*) con el poder. Al respecto Holly A. Semetko and Patti M. Valkerburn, 2000:94, se manifiestan a través de las siguientes citas:

“...un efecto del encuadre es uno en el cuales, los atributos salientes de un mensaje (su organización, estructura de contenido o estructura temática) dejan aplicables pensamientos particulares, resultando en el uso de las evaluaciones y de su activación...// (Saris: 1997) decía que los encuadres han sido mostrados para moldear las percepciones públicas de temas políticos o instituciones. La opinión de los públicos europeos de la Unión Europea y de varios temas relacionados a la UE, pueden fácilmente ser influenciados en diferentes direcciones, dependiendo de cómo el tema sea *encuadrado* en la pregunta”.

Es por eso, que en este trabajo de investigación, pretendemos demostrar, mediante esta teoría del *framing*, Semetko y Valkenburg, 2000; De Vreese *et al.*, 2001; Schuck y De Vreese, 2006), una antesala del análisis de contenido, los cuales establecen ciertos indicadores que nos van a dar aproximaciones cualitativas y de la misma forma, justificar el por qué la selección de tales portadas, a través del método deductivo. En este caso, trabajaremos con Semetko y Valkerburn que dividen tales indicadores de la siguiente manera: *atribución de responsabilidad, interés humano, conflicto, consecuencias*

económicas y moral.

A manera de conclusión, el *framing* o *encuadre* lo constituye prácticamente todo en relación a la construcción del discurso de la noticia, desde su visión, enfoque particular e interacción por parte del periodista con el medio, características que establecen también cierta relación de poder; existe también “la reflexividad y la indexividad, como componentes de la transformación fundamentales; es por ello que informar en cierta medida supone una reestructuración del mundo, “una significación conceptual por parte del periodista y del medio” . Con esto no se pretende decir que no exista una aproximación en cuanto a la verdad de los hechos, tampoco se pretende indicar que el subjetivismo puro es un filtro del *framing*, sino más bien se señala la falsedad de la objetividad como mala praxis en la búsqueda de la verdad en el proceso comunicativo. (Rodríguez y Semova; Giménez Armentia)

1.2.- Indicadores y el *framing* aplicado al objeto de estudio

Como segundo punto dentro de este pre-análisis proponemos la siguiente elaboración del *Framing* según Semetko y Valkenburg (2000), aplicados a nuestra investigación. Por tanto, nuestro interés teórico es descubrir el grado de impacto que tienen 50 portadas periodísticas del diario ‘Perú21’ que aparecen durante los años 2008-2015. De esta manera intentamos justificar la elección de las mismas porque creemos que en este grupo de objeto de estudio, existen ciertos discursos noticiosos, que trabajados bajo *encuadres* o *keyings*, llaman la atención a nivel cognitivo. Por tanto, sea por su nivel de metáforas, metonimias dentro del drama, humor, o literalidad en cuanto a los titulares y/o subtítulos; así como en las metáforas icónicas en las fotografía o imágenes trabajadas según las teorías que se explican en el marco teórico, procedemos a dividir el conjunto de las carátulas informativas en los siguientes niveles del *framing* que los investigadores holandeses proponen desde hace más de una década, bajo el siguiente recuadro, respondiendo a la siguientes preguntas:

1. ATRIBUCIÓN DE RESPONSABILIDAD

1. 1. ¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema?
1. 2. ¿La información sugiere solución para el problema?

1. 3. ¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?

2. INTERÉS HUMANO

2. 1. ¿La información proporciona un caso o “el lado humano” del tema?

2. 2. ¿La información emplea adjetivos o anécdotas personales que generen sentimientos de indignación, empatía, ternura, simpatía o compasión?

2. 3. ¿La información entra en la vida privada o personal de los actores?

3. CONFLICTO

3. 1. ¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/grupos?

3. 2. ¿Reprocha una persona/grupo a otro?

3. 3. ¿La información se refiere a ganadores y perdedores?

4. CONSECUENCIAS ECONÓMICAS

4. 1. ¿Se mencionan pérdidas económicas o ganancias en la actualidad o en el futuro?

4. 2. ¿Se mencionan costes o grado de gasto involucrado?

4. 3. ¿Se mencionan las consecuencias económicas de seguir o no seguir una línea de actuación?

5. MORAL

5. 1. ¿La información contiene algún mensaje moral?

5. 2. ¿La información se refiere a la moral, Dios y otros principios religiosos?

5. 3. ¿La información propone prescripciones sociales acerca de cómo comportarse?

Al mismo tiempo, realizamos una serie de fichas que nos permiten construir mejor la estructura del pre-análisis a través de los indicadores de fecha, titular y el carácter de la noticia en sí; por consiguiente, tales procedimientos es un complemento a nuestra deducción *a priori*, las mismas que son las respuestas a estas preguntas establecidas en el recuadro de Semetko y Valkenburg.

En este grupo de portadas se incluyen todo tipo de temas noticiosos, desde política, corrupción, drogas, crímenes hasta eventos culturales y deportivos. Nuestra deducción intenta justificar esta selección y al mismo tiempo hacer de alguna forma una comparación entre el discurso cognitivo de las mismas del último año en que estuvo su primer director Augusto Álvarez Rodrich (2008), y durante todo los siguientes años en que cambiaron la dirección periodística desde el 2009 al 2015.

Por tanto, para cada año, escogemos entre cinco y siete portadas e intentamos valorar y establecer tales índices de impacto explicados antes. Es importante recalcar entonces que sea cual fuera el origen de los discursos, lo que el *framing* nos ayudará a revelar es simplemente el trasfondo noticioso abreviado y sobre qué variables se manejan en términos

generales; el análisis de contenido se realizará en el tercer capítulo.

2.- MARCO TEÓRICO DEL ANÁLISIS

En esta segunda parte de la investigación, se pretende analizar en profundidad estas mismas caratulas informativas, así como las más actuales con el fin de llegar a conclusiones generales sobre la forma del discurso. En la parte del análisis, hemos excluido las portadas que comparten patrones o esquemas con otras portadas objeto de estudio.

Por tanto, en esta fase de la investigación, se propone una metodología analítica, descriptiva y cualitativa en función a una serie de teorías metafóricas clásicas y cognitivas, así como, visuales. Por consiguiente, para este propósito, se escogerán, en primera instancia, las portadas que ofrezcan -las cuales varían entre elementos socio-discursivos que juegan entre lo pintoresco, serio y dramático- elevadas dosis de metáforas o lenguaje literal.

Como primer punto de partida en este marco teórico, se encuentra una serie de factores condicionantes que miden la ideología en el discurso, según estudios estructurales del lingüista Van Dijk, dentro de las cuales se encuentran modelos concretos de pensamiento y comportamiento en función a una idea pre-establecida por diferentes factores mediáticos y experiencias personales. Luego, en la segunda fase del análisis, observaremos y constataremos un grupo de teorías clásicas y modernas para medir el impacto cognitivo de las portadas como objeto de estudio. En este punto tenemos a la teoría clásica de la metáfora de Aristóteles, la analogía poética; luego examinaremos las teorías verbo-visuales; además de la teoría de interacción de Max Black. Se intenta marcar también una diferencia en la teoría sobre la metáfora y metonimia de Michel Legüern, además de los últimos avances en relación a esos dos figuras literarias; del siguiente modo tenemos las teorías de proyección estructural y de fusión conceptual: la Teoría de Lakoff y Johnson y la de Gilles Fauconnier y Mark Turner. También se establecerá los grados de humor metafórico según la teoría de Koestler y otros autores importantes en este campo.

En este sentido, para establecer una mejor base gramatical que conlleven a un correcto

análisis del discurso, en lo que respecta a bloques lingüísticos, se utilizarán también conceptos semióticos intratextuales sobre la posibilidad de enunciados performativos; además de los conceptos de Pierce. De esta manera, se podrá establecer con más rigurosidad la intencionalidad discursiva del medio, su punto de vista ideológico y también la calidad de su discurso.

2.1.- Van Dijk, recursos ideológicos y la teoría de la recepción de la noticia

Puesto que las últimas investigaciones en el campo de la comunicación son interdisciplinarias desde hace unas décadas, el lingüista holandés Van Dijk, nos ofrece una **teoría del texto** que acapara el conocimiento de diversas áreas y que conlleva hacia un enfoque social y cognoscitivo a partir de una lingüística sociológica, psicológica, antropológica – y hasta metalingüística-, dentro de sus observaciones sobre el *discurso* y la *ideología*, a través de modelos mentales como actos o impulsos propios del ser humano en relación con su entorno.

Por tanto, cabe decir que su investigación no es sólo multidisciplinar sino también multifuncional, interactiva, en donde tales fenómenos son hechos que se contienen a sí mismos para un propósito específico. No obstante hay que aclarar que así como en todo texto siempre hay un discurso, no necesariamente contiene una ideología explícita; sin embargo lo que sí se puede hallar es una ideología indirecta, puesto que una de las características más resaltantes “en la oración y en la semántica del discurso consiste en que los significados no se expresan siempre de manera explícita sino que suelen estar implicados semánticamente” (Van Dijk, 2008: 201-261)

Al respecto el autor añade sobre este mismo tema que tales “implicaciones son tan ‘estrictas’ como lo son las relaciones lógicas de necesidad empírica (p. ej. Causalidad) entre los hechos en los que las implicaciones se basan”, de acuerdo al conocimiento cultural o conocimiento presupuesto por el hablante, es decir también podemos encontrarlas en las implicaciones menos determinantes como las alegaciones, sugerencias, alusiones y

relaciones semánticas entre preposiciones. (pp. 235)...//además de las presuposiciones que también contienen implicancia semántica las cuales pueden tener funciones ideológicas relevantes en el discurso (Mosher, 1991: pp.240)

En este sentido, el discurso es parte inherente al texto, -además del campo conversacional o retórico-, y como tal contiene una serie de parámetros a seguir. Desde las definiciones aristotélicas que en todo tipo de discurso deben existir como mínimo tres factores, en este caso, de quién habla, de qué se habla y para quién se habla; hasta lo que Van Dijk argumenta como una interacción comunicativa entre el discurso y la ideología, ya sea hablada o escrita, puesto que ésta última es la base de todo discurso. (Van Dijk, 2005: pp. 9-36).

Por una parte, el discurso encierra una serie de códigos y argumentaciones a seguir, como se sabe desde la antigüedad, y que de alguna manera por estar inmerso en la retórica, siempre busca de alguna forma ‘convencer’ al oyente o al lector. Esto sucede más a menudo dentro de un contexto político y también dentro de la noticia, entre el emisor y el receptor. No obstante, en este segundo punto, puede que la noticia en sí no busque convencer -salvo que se refieran a las editoriales, en donde además se exponen ideas y se argumentan- sino más bien persuadir y en tal caso ya no tendría un contenido retórico del todo.

Así entonces, Van Dijk en su libro, ‘La noticia como discurso’ plantea un nuevo marco teórico para el estudio de la prensa. Al respecto dice lo siguiente:

“Este análisis deberá responder a la importante pregunta acerca de las especificidades estructurales del discurso periodístico comparadas con otros tipos de discursos...// la noticia en la prensa es una clase específica del discurso de los medios de comunicación de masas que sugiere posibles parecidos familiares si se relaciona con las noticias de radio o televisión, o con otros tipos de discurso en la prensa, tales como los editoriales o los anuncios...// El análisis del discurso es una disciplina interdisciplinaria. Se interesa asimismo por el análisis de los diferentes contextos del discurso, es decir, por los procesos cognitivos de la producción y la recepción, y por las dimensiones socioculturales del uso del lenguaje y la comunicación...” (Van Dijk, 1990: pp. 13-14)

Sin embargo, al hablar de ideología en la noticia, el grado de vinculación de estos dos términos, cambian puesto que la noticia es un procedimiento ideológico, ya que esta actividad enmarca la realidad la cual conlleva una selección de unos elementos sobre otros.

En este sentido, si la noticia es un fenómeno ideológico, los elementos con que interactúan dentro de este proceso son los *modelos* que Van Dijk menciona como la base mental que ubican al texto y al habla, componentes indispensables en el desarrollo socio-cognitivo. Estos modelos son representaciones mentales en las que el autor denomina como la interface cognitiva porque son los responsables de traducir los hechos y situaciones comunes que van de lo general a lo específico. Tales modelos o representaciones mentales tienen origen en la memoria episódica, es decir en la memoria más personal (Van Dijk, 2008). Puntualizaremos más sobre los tipos de memoria en un apartado dentro de este capítulo. Al respecto, el autor hace una síntesis en referente al marco teórico sobre las ideologías:

“Las ideologías son marcos básicos de cognición social, son compartidas por miembros de grupos sociales, están constituidas por selecciones de valores socioculturales relevantes, y se organizan mediante esquemas ideológicos que representan la autodefinición de un grupo. Además de su función social de sostener los intereses de los grupos, las ideologías tienen la función cognitiva de organizar las representaciones (actitudes, conocimientos) sociales del grupo, y así monitorizar indirectamente las prácticas sociales grupales, y por lo tanto también en el texto y el habla de sus miembros” (Van Dijk: 2008: pp.208)

Ahora bien, dentro de la ideología del discurso, Van Dijk hace una clasificación de algunas expresiones que conviven e interactúan dentro del proceso comunicativo. Como primer punto tenemos al **contexto**, donde el emisor se dirige al público o destinatario como miembro de un grupo social. (Van Dijk: 2008: pp. 22). En el caso del contexto de una noticia, del que escribe la noticia hacia sus lectores, en donde se identifica al periódico o al diario como una entidad pública o con fines públicos a la sociedad.

En este sentido, creemos conveniente citar a la Magíster D. Montero con respecto a la obra de Gaye Tuchman, ‘La producción de la noticia’:

“Gaye Tuchman se plantea dos cuestiones principales: en qué medida los medios de comunicación pueden contribuir a la construcción social de la realidad y como las rutinas del trabajo informativo determinan en gran manera la producción de la noticia. // Los medios de comunicación de masas ejercen, pues, unas funciones sociales que ya están institucionalizadas: ofrecen información a los consumidores y refuerzan las otras instituciones ya consolidadas. Se sitúan en definitiva en una especie entre el Estado y el pueblo// La noticia por estar inserta en una institución social y por dotar de carácter público a los sucesos de que se ocupa, cumple asimismo con los requisitos de una institución (Berger y Luckman (1966). Tiene una historicidad propia que, por un lado, refleja distintas relaciones en lo público/privado, y, por otro, posee distintas valoraciones del término <<hecho>>...” (Montero, 1987: pp. 313-314)

Por tanto, como segundo punto, el **texto o el discurso**, se convierte en “una estrategia global”, es un decir “una presentación positiva de *Nosotros*” y “presentación con acción negativa de *Ellos*”. En esta fase se enfatizan también *Nuestras cosas buenas y las cosas malas de Ellos* también, restando énfasis a *Nuestras cosas malas* y a *las cosas buenas de Ellos*. (Van Dijk: 2008: pp.22)

Comparando el discurso del texto noticioso, puede que no se cumpla del todo esta regla dado que el emisor de este tipo de discursos siempre intenta ser parcial en sus comentarios y pone a la objetividad como su valor más primordial en su trabajo.

Siguiendo con Montero, exponemos lo siguiente:

“Berger y Luckman en ‘*La construcción social de la realidad*’ se plantean que <<la <<sociología del conocimiento debe ocuparse de todo lo que se considere conocimiento en la sociedad>> y no únicamente del planteamiento teórico de las <<ideas>>, pues este tipo de conocimiento ocupa un lugar relativamente pequeño en la sociedad. La realidad que conocemos cotidianamente se basa en el conocimientos de <<sentido común>>, conocimiento pre-teórico y es el que, en definitiva construye los significados sociales // El periodista objetiva los sucesos susceptibles de convertirse en noticia y los inserta en una clasificación de lo que es noticiable. Institucionaliza movimientos o fenómenos sociales que, como el feminismo, son en principio problemáticos y los integra en su propia escala de valores.” (Montero, 1987: pp. 314)

En cuanto al tercer y cuarto punto, dentro de algunas expresiones de la Ideología en el discurso, encontramos al **significado y a la forma**.

En cuanto al **significado**, éstas varían según sean los temas (macro estructuras semánticas); la selección en los cambios positivos/negativos sobre *Nosotros/Ellos*; significados locales y de coherencia; significados de *Positivos/Negativos* para *Nosotros/Ellos* son; significado en la manifestación ya sea explícita o implícita, la precisión vs. lo vago; la textura, detallada o amplia; el ámbito, general versus lo específico; el significado de la modalidad de *Nosotros/Ellos Deber/Tener* que...; el significado de *Evidencia*, el de *Nosotros* tenemos la verdad vs. *Ellos* están equivocados...; el significado de coherencia local, la cual está basada en modelos prejuiciados; el significado en los negadores, es decir la negación de *Nuestras* cosas malas, bajo la premisa, ‘Nosotros somos racistas pero...’; y el significado del léxico, es decir la selección de términos *Positivos/Negativos* para *Nosotros/Ellos* (por ejemplo, ‘terrorista’ vs. ‘luchador por la libertad’). (Van Dijk, 2008: pp.22)

En cuanto a la **forma**, encontramos a la sintaxis, es decir enfatizar/desestimar *Acción Positiva/Negativa* de *Nosotros/Ellos*; la forma de las oraciones divididas vs. las oraciones no divididas (Es X quien...”; la forma de la *Voz activa* vs. *Pasiva* (“EE.UU. invade Irak” vs. “Irak invadida por EE.UU.”); la forma de las Cláusulas/proposiciones completas vs. nominalizaciones (“La invasión a Irak”); la forma de las estructuras profundas, la entonación, etc. *Hacer/Restar Énfasis* a *Nuestras/Sus cosas Buenas/Malas*; la forma del formato que pueden ser esquemas, superestructura, forma total); y el significado en lo que respecta a lo Positivo/Negativos para Nosotros en las categorías dominantes, por ejemplo, en los Titulares, Títulos; los resúmenes, conclusiones vs. categorías últimas o subordinadas...; la forma de la estructuras de argumentación, estructura (argumentos estereotipados, por ejemplo, ‘Por su propio bien’; la forma de las falacias que concluyen falsamente *Nuestras/Sus cosas Buenas/Malas*, por ej. sobre generalizaciones, autoridad, etc.; la forma de las estructuras retóricas haciendo o restando *Énfasis* a *Nuestras/Sus cosas Buenas/Malas*, mediante: las formas de repetición y lo forma de los significados en las comparaciones, **metáforas**, **metonimias**, **ironía**; eufemismos, hipérbole, juegos de números, etc. (Van Dijk, 2008: pp.22)

Como último punto en este cuadro, encontramos a la **Acción**, éstos pueden ser los actos comunicativos y de interacción; actos del habla que dan por supuestas *Nuestras/Sus cosas Buenas/Malas*: promesas, imputaciones, etc.; estrategias de interacción que implican *Nuestras/Sus cosas Buenas/Malas*, es decir cooperación o acuerdo. (Bandujo: 2008: pp.22)

Por tanto, en lo concerniente al **significado** y **forma** dentro de un texto o discurso noticioso, pueden variar o diferir de acuerdo al grado de sensacionalismo o en su defecto, de impacto. Quiere decir que tales resultados se medirán a través de la intensidad en el uso de expresiones según la tabla de Van Dijk. En este caso, de acuerdo a nuestro objeto de estudio, también por el uso de las metáforas, metonimias y demás figuras retóricas.

En el proceso de la construcción del discurso en la noticia, el periodista maneja varias herramientas, las fuentes de información representan un recurso básico. Por consiguiente, tendrá más objetividad, mejor investigación y un mejor discurso.

En este sentido, Montero con respecto a Tuchman manifiesta lo siguiente:

“El periodista construye su noticia a través de las tipificaciones de los acontecimientos y de sus propias generalizaciones en lo que respecta al trabajo informativo...// las fuentes de noticias deben tener carácter de credibilidad; los individuos situados en las más altas jerarquías organizativas pueden ofrecer una información más directa; las instituciones tienen recursos para proteger su información de manera que cada declaración o un <<sin comentario>> tiene diferente significación según sea la fuente de la que procede y del lugar que ocupa en dicha institución”. (Montero, 1987: pp.314)

En cuanto al último punto, la **Acción** en el discurso noticioso dentro de un texto no se podrá hallar debido a su naturaleza, sin embargo se puede aproximar mediante el uso de expresiones interrogativas o de exclamación que imitan el habla, produciéndose un mensaje más directo, lo que se conoce también como una forma de velocidad cognitiva.

“La velocidad cognitiva característica de la recepción de las noticias facilita el

seguimiento de mínimo esfuerzo de los lectores, pero impide cada vez más la paridad de posiciones entre lector y productor de noticias. Los acuerdos semánticos básicos que esa velocidad cognitiva impone para facilitar y hacer más rápido el seguimiento de la actualidad cortan de raíz el problema de noticiabilidad arbitraria o la tematización polémica que pudiera darse en el mundo de las noticias”. (Aladro, 1999: pp. 120)

2.1.1.- Modelos, superestructura, memoria episódica y semántica

Cabe resaltar que el primer autor que se refirió de que la memoria podría dividirse en un sistema a corto plazo, de almacenamiento temporal; y otro a largo plazo, ligado a cambios estructurales en el sistema nervioso fue Hebb, en 1949. Sin embargo, el origen en donde se postulan hipótesis más avanzadas- a partir del desarrollo de la memoria a corto plazo- y por tanto a una acercamiento hacia la psicología cognitiva lo hicieron los investigadores Atkinson & Shiffrin en 1968.

Desde entonces diversos autores con enfoques multidisciplinarios han intentado seguir aproximándose hacia una psicología más cognitiva y por tanto más exacta que conlleve a mejores resultados y conclusiones. Akira Mijaki y Priti Shah (1999) fueron, de alguna manera, los pioneros en delimitar y esclarecer sobre una memoria del trabajo, en las cuales están implicadas las memorias episódicas y semánticas.

Dentro de lo que es ‘La noticia como discurso’, Van Dijk, propone, como se mencionó en un principio, el estudio de las superestructuras de información dentro de la prensa, por los diferentes procesos de cognición comparándolas con otras formas de discurso y todas sus variables de referencia. Éstos procesos van estar inmersos en dos formas de memoria. La primera es episódica, más concreta, más personal y es aquí donde se originan las representaciones mentales a través de la experiencia; mientras que la segunda es un tipo de información semántica, es decir de una estructura noticiosa más compleja y de cuyos códigos del mensaje es compartido por los receptores en general debido a su carácter convencional, conocida también como memoria social y las que van ser una especie de

retina perceptiva a través de los modelos o representaciones mentales, explicados anteriormente.

En este sentido, estos modelos también pueden ser contextuales y parciales. En cuanto a los modelos de contexto, éstos son cruciales en la planificación y el entendimiento de una amplia cantidad de propiedades discursivas, las cuales, por lo general están reducidas a términos pragmáticos, como los del acto del discurso. (Van Dijk, 2008: pp. 215)

“De cualquier modo juegan un papel en la monitorización y la interpretación del estilo y la variación, desde la voz y palabras léxicas hasta la organización de la función comunicativa del contexto, o de nuestra representación mental (posiblemente parcial)...//Los modelos de contexto también definen el punto de vista, la perspectiva y las opiniones asociadas...// ello explica la importancia de las implicaciones ideológicas de las posiciones sociales que se adopten.” (Levelt, 1989; van Dijk and Kintsch, 1983: pp. 261; Van Dijk, 2008: pp. 215)

Por otro lado, las actitudes ideológicas “también influyen en la formación o la actualización de los modelos de acontecimientos y de contextos”. Entonces se habla de modelos parciales de una situación o texto, consecuentemente, “esto explica por qué el discurso no siempre muestra las estructuras ideológicas explícita y directamente, o incluso puede mostrar opiniones ideológicas contradictorias, o ninguna posición lógica en especial” (Van Dijk, 2008: pp. 215)

Es entonces que mediante estos modelos, los procesos cognitivos de abstracción de la información, tanto la episódica como la semántica, se relacionan con la memoria a corto plazo (MCP) y la memoria a largo plazo (MLP). El proceso por el cual estos dos tipos de información se originan tiene que ver con el texto y el contexto de la macro estructura informativa, su procesamiento y la fluidez de la información entre los dos tipos de memoria. Por tanto, ambas memorias tienen una estrecha relación, creándose así un doble vínculo cognitivo.

Es decir, en la memoria episódica, se supone la forma y desarrollo de su estructura, ya que se debe a datos específicos y/o claves concretas que una vez formulados y sentenciados en

el lenguaje escrito y en la mente, se establece en una suerte de trasfondo cognitivo único y de cuyo hilo estructural se convierte en un dato importante más general, más semántico. Por consiguiente no existen las dos tipos absorción o percepción de noticia de forma aislada sino, por el contrario, ambas se necesitan forzosamente para vincular y dar con la 'noticia' rápidamente. Es un continuo *feedback* y una de las razones por la cual se origina la velocidad cognitiva.

Al respecto, Eva Aladro, subraya lo siguiente:

“En la intrincada relación entre memoria episódica y semántica de la información se establece un “doble vínculo” según el cual la justificación de la organización temática y sintáctica de las noticias obedece a necesidades episódicas, ya a la vez, los episodios noticiables son tales porque obedecen a necesidades semánticas, sintácticas y estructurales en general de los productores y receptores de noticias. La función de agenda y el proceso de agenda y el proceso de tematización y noticiabilidad entran de lleno en las necesidades creadas de organización cognitiva en la comunicación, como se desde hace largo tiempo”. (Aladro, 1995: pp. 3)

No obstante, más allá de estos tipos de memoria, el desarrollo de una noticia requiere también de niveles macro, ya sea en su estructura, proposiciones, y también de superestructura a través de modelos situacionales que forman parte de la realidad o del imaginario.

En este sentido, el análisis del discurso periodístico significa trabajar ciertas estrategias cognitivas y un tipo de coherencia subjetivo, las mismas que el lector las tiene que decodificar proposición tras proposición no sólo del lenguaje en sí sino también de manera cognitiva. De ahí que la coherencia de un discurso la define el lector a través del texto y del contexto.

Por consiguiente, dentro de este fenómeno de recepción y comprensión noticiosa, existe también el estilo con que se emite la noticia, el mismo que, Van Dijk lo considera como un nivel que atraviesa varios niveles según lo que se quiere significar o contextualizar.

Y como último punto dentro de esta primera fase de explicación de esta teoría, la retórica dentro de un discurso periodístico es aleatoria, ya que a pesar de su carácter macro-semántico y macro-sintáctico en términos de superestructuras esquemáticas, no siempre puede tener un efecto persuasivo. En su defecto se puede decir que tal argumentación tiene la funcionalidad de macro-aserción.

Por tanto, volviendo a los ítems de memoria episódica y semántica, dentro de lo que significa un discurso periodístico en un contexto donde las noticias se mueven rápidamente, tanto lo episódico como lo semántico constituye un mecanismo precedente y consecuente a la hora de recibir una información.

Dentro del marco del procesamiento del discurso periodístico, existen una serie de pasos conceptuales e interpretativos que conlleva hacia un mejor análisis y entendimiento del mismo.

Como primer punto, la decodificación de un discurso periodístico se produce en la MCP; además, tanto la decodificación como la interpretación poseen una naturaleza estratégica efectivas. En cuanto a la interpretación, ésta no sólo implica añadir información semántica, sino también la asignación de contenido a nivel sintáctico, ya sea mediante actos del habla o contextual a las formas de superficie.

La estructuración de estas interpretaciones se organizan en términos de proposiciones en la MCP, por tanto su trabajo también es estratégico ya que una frase u oración se puede relacionar de forma provisional con la información previa.

Cabe señalar entonces que durante todo el proceso del discurso, se produce siempre una habilidad estratégica que va descartar y/o amoldar la información para su correcta adquisición mental y de decodificación. Por tanto, dentro de este proceso cíclico, las proposiciones y oraciones que se almacenan dentro del MCP, no todas van a establecerse en esa fase, ya que la información que ya no es necesaria se almacena en la MLP, con lo cual

se comprueba que la ME (memoria episódica) es una parte de la MLP, porque aquí se produce el recordatorio a través de una palabra o frase clave de una noticia antigua para entender la noticia nueva.

Tanto la formación de la macro-estructura como la de la superestructura de la noticia se dan de arriba hacia abajo como de abajo hacia arriba, las mismas que se producen en la MCP. En el caso de la formación de la macro-estructura, las macro-posiciones dirigen a nivel general el trabajo que se produce a nivel local y al mismo tiempo definen la coherencia total del texto. De ahí que el texto y el contexto regulan el procesamiento en la MCP y que por tanto, la información fluye entre la MCP y la MLP.

En este sentido, dentro de la fase de la formación de la superestructura, se controlan también la formación de las macro estructuras.

Dentro de la fase de la representación de la memoria episódica, la lectura de decodificación de la noticia constituye una representación jerárquica del texto, la cual permite al usuario del lenguaje relacionar la información nueva del texto con la información antigua. Estas informaciones se representan de manera cognitiva a través de modelos situacionales.

Al respecto, Van Dijk, de 'La noticia como discurso', indica lo siguiente:

“Los modelos situacionales (MS) existentes agrupan nuestras experiencias acumuladas sobre hechos anteriores, incluyendo las interacciones y el discurso. Los modelos existentes que representan más o menos la misma situación pueden activarse y actualizarse mediante la interpretación de un texto (Schank, 1982). Hemos mostrado previamente que en la interpretación de una noticia, a menudo los lectores usan y actualizan un modelo situacional determinado sobre un hecho o serie de hechos cuando interpretan un artículo periodístico sobre la misma situación. En gran medida, como las estructuras o argumentos, los modelos desempeñan un rol crucial en la comprensión. Proporcionan la información concreta perdida que debe reemplazar el usuario del lenguaje durante la interpretación de los sucesos, las acciones o el discurso. Representan lo que nosotros imaginamos cuando leemos o escribimos un texto. Estructuralmente, los modelos se hallan organizados mediante un esquema, que consiste en categorías fijas, como la exposición (tiempo y situación), las circunstancias, los participantes y la acción, cada uno de ellos con un posible modificador. Y no es sorprendente que estas categorías básicas también

aparezcan en la semántica de las oraciones y los relatos; se utilizan para describir situaciones.” (Van Dijk, 1990: pp. 153)

Es por eso, que los modelos tienen una naturaleza episódica y personal; sin embargo, a fin de que la información textual sea de contenido socialmente relevante, se pueden deducir inferencias más generales desde las representaciones del texto y los modelos en la ME. De ahí, que estas informaciones se pueden extraer de las estructuras y argumentos (conocimiento convencional y/o social) de la MLP, las cuales están situadas en la memoria semántica o memoria social, dado que constituye una información más general sobre las estructuras de los relatos periodísticos, la acción, las fotografías o las escenas naturales.

Por tanto, en una comprensión del discurso no sólo actúan sobre los modelos y los objetivos personales sino también sobre las estructuras, argumentos, actitudes y otras ideologías socialmente compartidas.

Aquí cabe detallar que la efectividad de la memoria semántica, o memoria social, se debe también al uso mismo del lenguaje según algunas suposiciones.

En este sentido, creemos importante plasmar las siguientes cuestiones que Van Dick propone para el entendimiento de los modelos episódicos y semánticos como parte de una las funciones cognitivas dentro de todo proceso de comunicación.

“1.- Los principios cognitivos implicados tienen una naturaleza general. En consecuencia, los comparten todos los usuarios del lenguaje. Esto garantiza que una importante condición de la interacción social, esté garantizada en cierto nivel elemental.

2.- En la percepción y la interacción, los actores u observadores pueden tener experiencias similares y, por lo tanto, al menos parcialmente, modelos similares. Esto permite una evocación y una comunicación similares sobre estas experiencias y el uso de los modelos en la acción y la interacción futura.

3.- Podemos obtener esta comprensión parcial compartida especialmente en relación con las formas de discurso públicas, como las de los medios de comunicación. Esto permite a grandes grupos de personas disponer de modelos similares de las mismas situaciones. Estos modelos pueden usarse nuevamente como *input* en la comunicación sobre nuevos sucesos parte del discurso se interpreta en contextos

sociales. Esto significa que se interpreta junto con una interpretación similar de ese contexto social. Los modelos se forman no sólo a partir de la situación del texto, sino también sobre la situación comunicacional misma. Nuevamente, estas interpretaciones pueden compartirlas miembros sociales o grupos que participen de estos sucesos comunicacionales.

5.- El aprendizaje supone la descontextualización y la abstracción de modelos, y la formación de conocimiento convencional o estereotipado y de creencias organizadas en estructuras o grupos. Este proceso está dedicado especialmente a la preparación de información para el uso más general, social.

6.- La memoria, en consecuencia, está cognitivamente diseñada para servir a necesidades sociales. Esto implica información pero también comunicación social. La adquisición de conocimiento y creencias a través del discurso en las vidas de las personas se ha desarrollado siempre en contextos de socialización, de percepción interpersonal o intergrupal y de interacción”. (Van Dijk, 1990: pp.156)

En consecuencia, el autor concluye que la **cognición es básicamente social**, ya que introduce formas de opinión, actitudes e ideologías, las mismas que no sólo presuponen conocimiento o creencias, sino también normas y valores, que definen a grupos sociales o culturas y son específicamente compartidos por ellos.

En este sentido, los modelos situacionales cumplen una función intrínseca y pedagógica y por ende también psicológica dado que los procesos de producción del discurso de la noticia no necesariamente comienza con el ingreso de información sino más bien nace a partir de un deseo o un conocimiento específico dentro de la estructura comunicacional. Las macroestructuras relevantes proceden del modelo que controla los procesos de producción en el nivel local. Al igual que en la mayoría del marco del procesamiento del discurso periodístico, existe una característica continua que es la habilidad de la estrategia aplicada casi en todas las fases del marco.

Cabe decir entonces que tales modelos situacionales se sirve de la funcionalidad de estos dos tipos de memoria (episódica y semántica), ya que en el proceso de la construcción de la noticia y de su emisión, tanto la ME y la MS se asocian a través de un sistema bipolar de ayuda.

Ese doble vínculo que existe entre la memoria episódica y semántica se produce del nivel de macroestructura y macrosintaxis de las noticias a través del fondo y formas de las noticias en sí.

Al respecto Eva Aladro, nos dice lo siguiente:

"...las noticias en los periódicos forman una estructuración macrosintáctica y macrosemántica no sólo de los asuntos de la realidad, sino también de los asuntos que esa realidad produce en el mundo profesional periodístico y en los modos de conocimiento y comunicación social imprescindibles para la comprensión de la noticia. La memoria semántica no sólo se ocupa del contenido noticioso, sino también de la forma habitual de estructurarlo y codificarlo de acuerdo con las convenciones comunicativas establecidas en la actividad periodística. La memoria semántica contiene estructuras tipificadas no sólo de la información en cuanto mensaje, sino de la información sobre cómo leer, tratar, incorporar y aprovechar la forma y organización del mensaje. Sin embargo, el canal por el que circula la información semántica es precisamente la información episódica". (Aladro, 1999: pp. 113)

Por tanto, tanto la estructura de una noticia como la decodificación de la misma, tendrán sus mejores apoyos de funcionabilidad en estos dos tipos de memoria como un sistema organizativo, bipolar y de cooperación para una mejor aserción y comprensión de cómo leer una noticia.

Aquí es importante mencionar nuevamente a los modelos o representaciones mentales, ya que éstos, tanto en la memoria episódica que parte de las experiencias personales se convierten en memoria semántica al interactuar dentro de una sociedad que comparte un mismo discurso según los valores socioculturales, formándose así estructuras ideológicas; o en su defecto, que interpreta tales discursos según los otros modelos ya sean contextuales o llámese también situacionales, o modelos parciales.

Por consiguiente, las ideologías y los discursos subyacen a través de estos modelos, y coexisten en la memoria cada vez que haya tensión cognitiva, obligándonos a recordar lo

no recordado o recordar lo que se creía olvidado a través de palabras llaves, de esta forma obliga a adivinar la estructura semántica y episódica que aún no se conoce en detalles, como puede ser el caso de las lecturas de los titulares (Van Dijk 1988: pp.144; Aladro, 1995: pp.7)

2.2.-La perspectiva clásica y los argumentos de la retórica

En este capítulo aristotélico, se tendrán como referencia a dos autores que han estudiado la obra de Aristóteles más allá de las interpretaciones sobre <<traslación>> y que por tanto, abarcan también orígenes en relación a aspectos cognitivos y semánticos. En este sentido, Margarita Vega Rodríguez con su obra ‘Aristóteles y la metáfora’, ofrece un estudio completo sobre el fenómeno lingüístico del pensamiento aristotélico no sólo en cuanto a ‘Poética’ sino también en ‘Retórica’. Otro de los autores que creemos importante es Miguel José Gamba, sobre análisis ‘La metáfora en Aristóteles’, una suerte de ensayo de 18 páginas donde contiene deducciones detalladas de la metáfora en ‘Poética’ y en ‘Retórica’.

El legado de Aristóteles con respecto a la metáfora se encuentra de forma abreviada en la analogía y la imitación de las cosas en general, características que encierran los atisbos medulares del porqué del lenguaje, del porqué la necesidad de comunicarnos de una forma y no de otra, y que esta naturaleza toma sentido en el fenómeno de la traslación de conocimientos.

Por tanto, Aristóteles se apoya en que este fenómeno consiste en el cambio de un “nombre ajeno, o desde el género a la especie, o desde la especie al género, o desde una especie a otra especie, o según la analogía” (Aristóteles Poet. 21 1457b17). En este sentido, se le atribuye a Aristóteles el carácter universal y relativo de la que significa <<traslación>>. No obstante, lo novedoso del concepto no es tanto el referente sino, y con más importancia el verbo <<metaforizar>>. Por tanto, esa multiplicidad que va más allá del lenguaje estructurado, le otorga a la metáfora de Aristóteles un significado variable que puede ser usado mediante la ‘Poética’, así como en ‘Retórica’, de ahí que también se le puede percibir como problema filosófico.

“Aristóteles tenía perfecta conciencia tanto de la imprecisión de nuestro lenguaje, que atribuía a la multiplicidad infinita de cosas que hemos de representar con un número limitado de palabras...// o como de la maleabilidad que la lengua tiene, en orden a subsanar sus deficiencias y dar belleza a la elocución...// En virtud de esta transferencia un nombre adquiere un significado translaticio o metafórico (*xaiaueTa<J>opáv*), que se opone al significado común (*OÍKCIOV*) que tenía cuando era usado con propiedad («upio») o absolutamente (*á-n\úús*)(*Top.* IV, 3, 123a33; *Et. Nic.* VII, 7, 1149a23 y 1149b32; *Top.* VI, 2, 139b32; *Ret.* III, 2, 1404b36 y 4, 1406b24; *Poet.* 21, 1457b1). De esta manera, quedan fuera de la metáfora todas las imposiciones de nombres nuevos que, como el uso de palabras dialectales o combinaciones de palabras, no consistan en emplear una palabra del lenguaje con un sentido que no es el común.” (Gambra, 2008: pp. 51-52).

Para Diego Parente, en ‘Márgenes del lenguaje, metáforas y conocimiento’, Aristóteles sitúa al lenguaje dentro del campo reflexivo, entre la <<oposición y lo *transpuesto*, denominación última donde se encuentran los sentidos o *tropos*. (Parente, 2002: pp. 33)

Por tanto, en ‘Poética’, Aristóteles da por sentado las bases de la analogía y la mimesis como la puerta para la construcción de la metáfora, -al mismo tiempo que brinda riqueza conceptual, y cierta sistematicidad al problema. Mientras que en ‘Retórica’, se señala a la metáfora por <<su carácter didáctico y alumbrador>>, de esta manera <<nos enseña>> el uso correcto de las palabras. Por tanto, la metáfora << ha de ser apropiada>> y <<ha de exponerse en forma agradable>> (Parente, Gambra)

Debido a estos aspectos tan generales, dos siglos después, otros filósofos retóricos intentaron re-dirigir tales observaciones del Estagirita hacia campos que de por sí estaban relacionados pero que de alguna manera, limitaban esa multiplicidad de su significado. Dentro de esa <<suerte de grupo de distorsionadores>> de la << metáfora de Aristóteles>>, los más próximos a él se encuentran Quintiliano y Cicerón, dado que intentaron seguir su misma línea teórica del problema implantada por su antecesor. Margarita Vega Rodríguez señala que es muy probable que ellos no leyeran los tratados de *Artes* de Aristóteles.

“Los retóricos cambiaron el concepto de metáfora, centrándose en la metáfora de animación- que el Estagirita tuvo en gran estima- hasta el punto de convertirla,

como hicieron Filodemo, Trifón, y Gregorio, en principio de clasificación de la metáfora. Horacio (*Ars Poética*) subrayó la capacidad de la metáfora para hacer presentes relaciones de similitud y armonía entre las cosas. Longino (*De lo sublime*) admitió que la metáfora trae al discurso cierta armonía y adecuación si se utiliza con acierto y discreción. Pero el peso de la tradición aristotélica recayó sobre todo en Cicerón y Quintiliano. // Cicerón consolidó la idea de transferencia (*traslatio*) en el significado de los nombres y caracterizó la metáfora como el resultado de operaciones lógicas que entrañan un efecto estético (Brutus XVII, 69). M.J. Maidagán (1995) ha señalado que entonces se perdió la idea de la operación intelectual implicada en la transferencia quedándose con el mero *traslatum*. Quintiliano también insistió en la idea de transferencia de significado de un nombre a otro. (Vega, 2004: pp. 28)

De esta forma, los retóricos de la época medieval, ignoraban el sentido cognitivo de la metáfora. Por tanto, más que una estructura semántica, la metáfora se presta a juegos léxicos y en este sentido, el fenómeno de <<traslación>> no es lógico.

Por consiguiente, como indican Margarita Vega de que la metáfora amolda la lexis, y en este sentido añadimos a Eduardo de Bustos, -un filósofo que ha estudiado a la metáfora desde diferentes ángulos- en su libro, ‘La Metáfora, Ensayos Transdisciplinares’-, ya que coinciden en cierto modo, al señalar que la imaginación y la sensibilidad no se aplican en el vacío se debe a un alto grado de percepción. (Vega, 2005: pp. 93; De Bustos 2000: pp. 48)

De esta manera, Diego Parente, en ‘Márgenes del lenguaje, metáfora y conocimiento, cuando subraya de que la metáfora de Aristóteles tiene una esencia cognitiva, también está indicando su alto grado de mimesis:

En Poética, ‘la buena y bella metáfora es contemplación de semejanzas (Aristóteles, *Poética*, 1459 a). Aquí reside el valor cognitivo de la metáfora: ella nos muestra relaciones previamente ocultas, semejanzas desconocidas entre entidades. Como bien señaló Borges, para Aristóteles toda metáfora surge de la intuición de una analogía entre cosas disímiles. (J.L. Borges, ‘La metáfora’, en *Historia de la Eternidad*, Buenos Aires: Emecé, 1989, pág. 382). Es esta virtud, precisamente, esta capacidad tanto creativa como cognitiva, la que será subestimada posteriormente por las prácticas retóricas”. (Parente, 2002: pp. 33)

Al respecto, Eduardo de Bustos, señala siguiendo a Aristóteles:

“...el dominio de la metáfora <<es lo único que no se puede aprender de los demás, y es también la impronta del genio>> (1459a), porque no se basa en mecanismos que se puedan aplicar de forma regular y precisa. En este sentido la metáfora no es <<lógica>>, sino que implica el ejercicio de la imaginación y de la sensibilidad. Por otro lado <<una buena metáfora encierra una percepción intuitiva de las semejanzas en las cosas que no son similares>> (1459a): la imaginación y la sensibilidad no se aplican en el vacío” (De Bustos, 2000: pp.48)

“La metáfora se menciona en la Poética por primera vez al presentar las partes de la léxis. Los primeros capítulos de la Poética se centran en la tragedia y en la imitación: <<La epopeya, la poesía trágica, la comedia, la ditirámica, la aulética, la citarística, todas son imitaciones>> (Poe. 1447^a 13-16). La tragedia en el pensamiento aristotélico constituye una cierta lógica para dotar de sentido a las acciones pasadas, al conferir cierta conectividad de sentido a través de una *mimêsis*, de una creación de significado que articula las acciones. La tragedia interpreta desde el presente lo que fue y establece una unidad de tres tiempos por la que se confiere un principio y un fin a la acción (Poe. 1455 27-29). La poética constituye así un estudio sobre cómo las acciones humanas pueden representarse según una unidad de acción...//La metáfora amolda la léxis para hacerla capaz de representar una unidad de acción que se desarrolla en el tiempo...// la función de la Poética puede considerarse como imitación” (Vega, 2004: pp. 92-93)

En este sentido, tanto Margarita Vega Rodríguez y De Bustos van más allá de la *mimesis*, para señalar que tal interpretación no hay que asumirla como copia sino como una <<actividad que imita la actividad>>. En esta medida, aparece también el aspecto cognitivo y su función es mimética. (Vega: 2004, De Bustos: 2000)

Retomando a Margarita Vega las funciones en cuanto al aspecto cognitivo de la metáfora están mejor definidos a través de la retórica (Poe. 1459a: 8-14). En este punto, la metáfora se centra en la *mathesis* de la metáfora, ya que a través de ese proceso se obtiene nuevos conocimientos cuya finalidad es más bien epistémica.

Por tanto, dentro de este concepto simple, se abarca en realidad es un sinnúmero de posibilidades ontológicas y categoriales debido a que tal translación o desviación implica cambios que van más allá de la semántica y que más bien sería un fenómeno léxico. (De

Bustos, 2000: pp. 14), el mismo que indicaría una suerte de purgante de las pasiones y los excesos. (Parente, 2002: pp. 32)

Por otro lado, como se ha mencionado en un comienzo, sobre la importancia de la metáfora en ‘La Retórica’, se puede observar también que el filósofo griego menciona de manera implícita una suerte de metáfora visual híbrida, al <<dar vida>> a objetos que no lo tienen.

“... <<**Dios ha encendido la luz de la razón en el alma**>> (Ret. III, 11, 1411b13), usamos algo sensible como encender, para representar una acción no sensible, de modo que *‘ponemos las cosas ante los ojos’*. Y cuando Homero dice que la flecha voló, representa algo sensible por medio de una acción sensible (Il. XIII, 587; Ret. III, 11, 1411b35)// Poner las cosas ante los ojos, al menos primordialmente, consiste en presentarlo activamente. Y dentro de esto, Aristóteles parece valorar de manera especial las metáforas que hacen animado lo inanimado, como ocurre con este verso de la *Iliada*: La punta penetró furiosa en el pecho”. (Gambra, 2008:61)

En ese sentido, para Aristóteles, según Margarita Vega Rodríguez, la metáfora contiene información bajo un ropaje estético y afectuoso, destroza todo razonamiento sofístico (Platón) y puntualiza que la belleza de ésta abarca los tres aspectos que definen al lenguaje, “el ser *signo* que refiere a la *realidad* a través del *pensamiento*” (M. Vega, ‘Aristóteles y la metáfora’, 2004:124).

En este sentido, la metáfora se ejecutaría por medio de un reemplazo, es decir se sustituiría un nombre corriente por otro inusual y viceversa. Este concepto también llega a alcanzar a las relaciones entre la metáfora y el símil, dado que el autor iguala los términos, aduciendo que son los mismos.

Por tanto, cabe precisar que la única diferencia entre ellos, sería el uso comparativo del símil, *como* en vez del verbo *ser* en la metáfora, en este caso *es*. Tal y como se pone de ejemplo en el libro De Busto, A es *como* B, o A *es* B. En otras palabras, la diferencia no sólo radica en la semántica de cada premisa sino también en el uso cognitivo que ofrece la misma, en este caso el uso cognitivo que ofrece la metáfora.

Continuando con la ‘Retórica’, José Miguel Gamba, en ‘La Metáfora en Aristóteles’, manifiesta que ésta ha de ser apropiada, dado que es un recurso poético pero que también se utiliza en la retórica dado que cobra más fuerza cognitiva:

“La retórica, por su parte, pretende persuadir a un auditorio que tampoco conoce los principios propios de la ciencia. Por ello, ha de emplear no sólo deducciones con lugares comunes, sino también otro instrumento no demostrativo que, como la cuidada elocución, sirvan para atraer la atención e iluminar el entendimiento... (Poet. 19)// Ni la ciencia, pues, ni la dialéctica han de ocuparse de elegir las palabras que emplean (Ret. III, 1, 1404a9). Sí han de hacerlo, en cambio, la retórica y la poética, donde la dicción ha de ser tan digna y agradable, que provoque la admiración (Ret. III, 2, 1404b6). Por esto precisamente, la metáfora es uno de los recursos estilísticos más apreciados por poetas y retóricos, pues al buscar, las palabras más adecuadas para los oyentes, la metáfora proporciona por un lado, provechosa enseñanza y, por otro, dignidad en la elocución. (Gamba: 2008, pp. 62 y 68)

Por tanto, la importancia de la metáfora en la ‘*Poética*’ es que constituye el primer esbozo de análisis sobre sus alcances cognitivos basados en la desviación de conceptos que encierran, más allá de lo léxico y semántico, cuestiones ontológicas, las mismas que ayudan a una comunicación creativa, literaria y también de naturaleza retórica.

En cuanto a los argumentos retóricos existentes, éstos se dividen en tres tipos: los que están ligados a **Ethos**, que son de orden afectivo y moral y conciernen al emisor del discurso; **Pathos**, puramente afectivo y ligados al receptor del discurso en donde se suelen utilizar metáforas, analogías, historias; **Logos**, en los cuales se ciñen al tema apoyados en evidencias sólidas. No obstante, yacen tres tipos de géneros en la retórica, El deliberativo, el judicial y el epidíctico. A continuación se detalla del siguiente modo:

“Lo propio de la **deliberación** es el consejo y la disuasión; pues una de estas dos cosas es lo que hacen siempre, tanto los que aconsejan en asuntos privados, como los que hablan ante el pueblo a propósito del interés común. Lo propio del **proceso judicial** es la acusación o la defensa, dado que los que pleitean forzosamente deben hacer una de estas cosas. Y lo propio, en fin, del **discurso epidíctico** es el elogio y la censura. Por otro lado, los tiempos de cada uno de estos géneros son, para la deliberación, el futuro (pues se delibera de lo que sucederá, sea aconsejándolo, sea disuadiendo de ello); para la acción judicial, el pasado(ya que siempre se hacen

acusaciones o defensas en relación con acontecimientos ya sucedidos); y para el discurso epidíctico, el tiempo principal es el presente, puesto que todos abalan o censuran conforme a lo que es pertinente <al caso>, aunque muchas veces puede actualizarse lo pasado por medio de la memoria y lo futuro usando de conjeturas” (Aristóteles, 1990: pp.195)

2.3.- Teoría de la expresión cognitiva verbo-visual

La teoría metafórica verbo-visual analiza la relación que existe entre el grado de integración de la imagen y texto, de ese complemento real y concreto que debe de haber en una portada noticiosa o publicitaria; de ese sistema bipolar del icono y de la letra impresa y de donde el valor absoluto de la noticia reside en la psicología del icono. Sin embargo, estos términos de anclaje y relevo, lo explicaremos más en adelante, en el capítulo de metáfora visuales.

Por tanto, el icono y el texto no sólo se complementan, sino también se organizan y se superponen dentro de un orden de códigos cognitivos que crean al final un significado bipolar dentro de un universo de significados.

No obstante, hemos mencionado antes que el icono tiene un grado de fuerza emocional mucho más que las propias palabras. De ahí que si pusiéramos a las imágenes y a las palabras a trabajar por sí solas dentro de un fin comunicativo es muy probable que los íconos lleguen más rápido a su destino que las palabras escritas. El hecho de por qué podría suceder esto se debería a una razón emocional más que la propia razón de pensar. Por tanto, las imágenes llegan más rápidamente al cerebro debido a un aspecto intrínseco cognoscitivo.

Por consiguiente, un ícono es una especie de símbolo cuyo contenido informativo tiene que ver con la percepción mental del ser humano en relación de ese icono con su entorno, de ese ícono con la experiencia de su pasado a su presente y de la novedad que quiere proyectar según el imaginario colectivo y de los cánones establecidos. Es decir el éxito del

ícono en el mensaje reside en la fuerza de su valor cognitivo que queda arraigado en el cerebro humano.

“El ícono y la letra impresa están unidos desde que ambos son ‘huellas’ (índices-íconos) de referentes originales a los que reproducen (imagen y letra escrita). Sin duda existe una relación entre el reenvío de la letra impresa a la expresión verbal y el reenvío de la imagen al objeto que asemeja. Previamente a este estadio de conformación semiótica, la cultura oral y la semiosis simbólica hacían del proceso de significación un proceso envolvente, múltiple, en el que la desenvoltura de la referencia absorbía el propio contexto de comunicación, facilitando la memoria y el impacto de la comunicación presencial. Con el sistema bipolar del ícono y de la letra impresa, toda esa complejidad oral-simbólica desaparece del primer plano de la comunicación, aunque siga presente en el proceso (Ong 1997)//...En las investigaciones cognitivas que arrancan del reconocimiento gestáltico de la estructura cognitiva de todos los fenómenos informativos, los íconos y las representaciones analógicas son también formas que acompañan y se superponen a la absorción de información por nuestra mente”. (Aladro, 2007: pp. 49)

En otras palabras, un ícono es un signo informativo poderoso, el cual unido a la información verbal engrandece más el significado como unicidad simbólica pero que sin el ícono dicho impacto no sería tan elocuente.

Cabe mencionar entonces, como se dijo al principio, que el ícono podría llegar más rápido que el texto, dentro del referente de mensaje. No obstante, la función de esta teoría verbo-visual descansa sobre esas informaciones bipolares- ícono y texto- de las cuales se asemejan a sus originales y de cuyo éxito comunicacional yace más sobre el valor psicológico del ícono, virtud por el cual se lleva toda la carga emocional.

Podemos decir también que una vez que se generan estos procesos bipolares por parte del ícono y del texto, se generan también espacios tridimensionales como el acto de ver, el acto de mirar y la imagen como tal.

Tanto en la figura lingüística como en la figura icónica, los discursos intentan ser objetivos -por parte del productor- para que sean entendidos como tales -hacia el consumidor-. Sin embargo, según el nivel socio-discursivo de éstas, no siempre se llega a leer en un primer

impacto, sino más bien se hace necesario leerlo entrelíneas o de leerlo por segunda vez, es el caso de la publicidad especializada. Por lo tanto, las experiencias visuales están doblegadas a una serie de condiciones espacio-temporales muy variables, y de cuyas características pueden corresponder a un referente contextual, mediático y hasta personal.

En este sentido y dentro de un contexto de la observación por parte del consumidor, Gonzalo Abril, en 'Análisis críticos de textos visuales', propone que la acción de 'ver' los discursos de un texto visual, corresponden a un mero acto perceptivo y de sensibilidad, que tiene que ver con la estética; la acción de 'mirar' va unida a una pasión *escópica*. Es decir, a la acción de querer *ver* más allá de lo que se presenta ante las retinas del consumidor. La imagen se relaciona más bien a lo que significa dicho objeto convencionalmente, al orden de lo imaginario. (Abril, 2008: pp. 35)

Al respecto, Gonzalo Abril, en su libro 'Análisis críticos de textos visuales' nos dice lo siguiente:

- a) El de lo visual cuando menos porque la determinación de lo visible/invisible concierne a la integración/exclusión en el espacio público: las luchas por la visibilización tanto como los intentos de invisibilizar (al adversario, al subalterno, al disidente) constituye una parte fundamental del conflicto político en las sociedades mediáticas modernas.
- b) El de la mirada, por cuanto concierne a la subjetivación, a los regímenes de derechos y deberes a modos de apropiación simbólica y a modalidades de ejercicio que van del imperialismo panóptico (el de poder mirarlo todo sin ser mirado)
- c) Por último, en la dimensión de la imagen se dirime gran parte de la representación y la auto representación colectiva, y por tanto los conflictos por la conquista o la transformación de los imaginarios" (Abril, 2008: 35-36)

Cabe decir entonces, que las acciones de ver, mirar y la imagen propiamente dicha, están sometidos de alguna forma a los contextos socioculturales, al imaginario colectivo y hasta las experiencias personales con el objeto observado.

Por tanto, un texto al convertirse en visual no sólo contiene un significado lingüístico sino

que también da lugar a que otros códigos no lingüísticos, lo complementen y se cree así el llamado espacio sinóptico. Al respecto, Gonzalo Abril nos dice lo siguiente:

“Hemos llamado espacio sinóptico (Abril 2003a) a la forma cultural, textual y cognitiva el espacio tipográfico. Con el adjetivo ‘sinóptico’-derivado de *sinopsis*: examen de conjunto, ver a la vez de una ojeada- tratamos de aludir con mayor precisión a una forma de experiencia visual, la visión simultánea e integradora del conjunto de esos componentes heterogéneos (íconos, índices y símbolos; signos escriturales, fotográficos, pictóricos y gráficos, etc.) que se relacionan funcionalmente, y que necesariamente han de ponerse en interacción para dar sentido al texto verbo-visual”. (Abril, 2008:64)

Como consecuencia, dentro de ese espacio sinóptico, se produce una interacción cognitiva en donde los argumentos ya no sólo son lingüísticos sino que se combina perfectamente con los enunciados icónicos y gráficos.

No obstante, más allá de esta característica argumentativa y conceptual, existe una forma de expresión a la que Abril le llama sinestésica y sinquinésica, las mismas que van a estar más relacionadas con la publicidad contemporánea, ya sea en papel o mediante los medios audiovisuales. (Abril, 2008: pp.69)

Dentro de lo que es el lenguaje verbo-visual, se puede decir que la sinestesia está más vinculada con la publicidad sofisticada ya que en ella se producen diferentes tipos de sensaciones a través de un solo acto perceptivo, estableciéndose así un espacio tridimensional.

De ahí, que creemos también en la existencia de la multidimensionalización de estos espacios verbo-visuales, porque crean esquemas cognitivos en donde se conectan y se extrapolan a diferentes sentidos. Creemos también que parte de este proceso tiene que ver con la teoría de las neuronas espejo (Rizzolati y Sinigaglia 2006). En este sentido, en cierta forma coinciden:

“En diversas partes de nuestro cerebro existen neuronas cuya misión es imitar los

movimientos y acciones motoras que realizamos o que realizan otros. Estas neuronas parecen especializadas en mimetizar y emular complejos de información y acción que se producen en el exterior. Existen, dentro de este grupo, neuronas visual-motoras cuya excitación es exactamente igual que cuando interactuamos en algún contexto que cuando vemos interactuar a otros en el mismo sentido (Aladro, 2007:52)”.

Es decir, con ello se corrobora el por qué los íconos son sustancialmente el medio de información cognitiva por excelencia. En este sentido, se confirma también el concepto de lo que es un ícono propiamente dicho, “es un signo que mantiene con su objeto una relación de semejanza, entendiendo ésta en el sentido más laxo” (Abril, 2008:32)

Y este ícono propiamente dicho mantiene a la vez su propia representación iconográfica, la cual está determinada por los significados convencionales derivado de una memoria semiótica cultural muy extensa. De ahí que, entre el grado de relación que existe entre el ícono y la palabra, se puede decir que es algo va más allá de un concepto simple semiótico y que tiene que ver con la psicología de la mente humana y la creatividad.

En este sentido, toda información verbal siempre tendrá un ícono que lo acompañe, ya que ésta última siempre tendrá mayor capacidad informativa a nivel cognitivo, generativo y por ende metafórico.

2.4.- La Metáfora Moderna: aportes y fundamentos teóricos

2.4.1.- Teoría de Interaccionista de la metáfora de Max Black

El aporte de este autor es importante en la noción y reconstrucción de una nueva metáfora dentro del contexto filosófico, retórico y aristotélico, ya que marca el punto de inflexión de la problemática de la metáfora y del lenguaje en general de ese entonces.

Por consiguiente, los autores Eduardo De Bustos, J. LL. Blasco –quien es traducido por J.Vernengo, así como André Rivadulla, -quien indica sobre la importancia del modelo interaccionista de Black en la construcción de metáforas científicas-, y el propio autor de esta teoría, Max Black, serán nuestros referentes para marcar la pauta en este punto del marco.

En ese sentido, es necesario recalcar que Max Black, matemático y filósofo, replantea el análisis conceptual de la metáfora a partir de ideas tradicionales de la teoría de la literatura o de la crítica literaria, la misma que revitaliza la reflexión filosófica sobre este fenómeno, proceso del cual inaugura una nueva visión en la construcción epistemológico en cuanto a la identificación y detección de lo metafórico. (De Bustos, 2000: pp.59)

Por tanto, la perspectiva adoptada por Black es siempre filosófica, y pone en contraposición las viejas posturas sobre la metáfora, procedimiento que trae a la palestra el carácter esencial metafísico del hombre que Nietzsche argumentaba antes, que la metáfora se convierte en el rasgo medular que yace en la voluntad del dominio del hombre, más allá de observaciones lingüísticas, románticas o pragmáticas.

De ahí que, Black propone también que la función esencial de la metáfora es cognitiva puesto que le otorga ubicuidad dentro del lenguaje cotidiano, de esta manera replantea criterios que sirven en el reconocimiento de este fenómeno, el cual está anclado también en el conocimiento del inconsciente.

“La táctica de Black, para abordar este tipo de problemas, era muy común en la metodología analítica (y no analítica): se trataba de considerar una colección de ejemplos, en los que se pudiera considerar que se trataba de eso, de ejemplos de metáforas, y tratar de averiguar si tienen propiedad en común, esto es si pueden discriminar criterios que sirvan de una forma general para la detección o identificación del fenómeno” (De Bustos, 2000: pp. 59)

En este sentido, Black propone el uso de los términos *foco* y *marco*. “*foco* es el término o términos que se emplean metafóricamente, y *marco* la colección de expresiones que no se emplean metafóricamente, pero a las cuales se aplican las expresiones metafóricas. (De Bustos, 2000: pp. 60).

“El presidente aguijó la discusión’. Al decir de esta frase que es un caso de metáfora implicamos que al menos una palabra (aquí, el vocablo ‘aguijón’) se usa metafóricamente en ella, y que al menos una de las palabras restantes se utiliza con valor literal; vamos a llamar a ‘aguijón’ el foco de la metáfora, y marco al resto de la oración en que aquélla aparece. (¿Estamos empleando nosotros ahora, con esto, metáforas, y además, mezclándolas? ¿Importa ello mucho?) Una de las nociones que es necesario aclarar es la del ‘uso metafórico’ del foco de una metáfora; y, entre otras cosas, sería muy conveniente entender cómo la presencia de un marco determinado puede dar lugar al uso metafórico de la palabra complementaria, en tanto que un marco distinto de esta misma palabra no es capaz de producir un metáfora”. (Black, 1966: pp. 39)

De ahí como reafirma De Bustos, la identidad de la metáfora no será sólo un aspecto del foco sino también de la relación entre éste y el marco. No obstante, la relación entre ambos elementos, conllevan también a pensar en las expresiones literales y no literales, puesto que si no hay relación entre foco y marco, tampoco hay metáfora y por contrario existe literalidad.

Sin embargo, Black defiende “el grado de implicancia entre el <<sujeto principal>> y el <<sujeto subsidiario>> y que la metáfora se produce al aplicar un sistema de “implicaciones asociadas” característico del sujeto subsidiario, al sujeto principal. En resumen, “no hay razones simples porque algunas metáforas funcionan y otras no” (Black, 1966: 51)

En este sentido, en la intrincada relación entre grados de metáfora y literalidad, Black –en un artículo posterior (1979)- defiende los ejemplos de tipo intermedio, es decir “por las metáforas de un nivel teórico regular, que no fueran impenetrables al tratamiento lingüístico ni fácilmente reducibles a consideraciones triviales” (De Bustos, 2000: pp. 60).

Por otro lado, en el posterior libro que Black escribe, ‘Más sobre la metáfora’, el autor se plantea un tipo de metáfora estructural y nueva en el sentido más amplio de la palabra, la misma que se refiere ya a la metáfora en *proyección*, la cual le permite abordar cuestiones cognitivas, y por tanto creadoras, desde el campo de una formación que nace a partir de otras perspectivas, las cuales permiten observar al mundo desde el lado cognoscible y no cognoscible.

Los cambios que se observan en este segundo libro con respecto a ‘Modelos y Metáforas’ son los siguientes:

“Sobre (1): Los sujetos pasan a llamarse, respectivamente, <<primario>> y <<secundario>>. Sobre (2): El sujeto secundario será considerado como sistema (o como nombre de un ‘sistema de relaciones-complejo implicativo’)...El enunciado metafórico se produce por la proyección sobre el sujeto primario de un set de <<implicaciones asociadas, constituidas en el complejo de implicación, las cuales son predecibles del segundo sujeto>>”. (Black, 1979: pp.28)

No obstante, en ‘El laberinto del lenguaje’, publicada en 1968, el autor aborda esa parte no cognoscible como incongruente entre el lenguaje y la realidad. Es necesario añadir, que el libro pertenece a una serie de *Britannica Perspectives* y que en él, elabora un grupo de cuestiones filosóficas personales en cuanto al lenguaje. En este sentido para Black, lo más importante es aclarar la problemática vinculante entre lenguaje y la realidad de una forma sistemática, por tanto la pregunta que ayuda a centrar la investigación es si “<<la gramática es un sistema arbitrario de reglas o un sistema impuesto por la estructura de la realidad>>. La respuesta de Black (páginas 72-78) es negar que no existen relación entre estructura del lenguaje y estructura de la realidad alegando que no hay <<invariantes>> gramaticales y, en

consecuencia, no hay un <<lenguaje ideal>, que reproduzca la estructura de la realidad. (Blasco, 1969: pp.144).

Por tanto y siguiendo a Blasco, el <<error>> de Black está en no considerar a la realidad como un referente dentro del lenguaje dado que no establece <<una constante>> que unifique el mundo lingüístico con lo externo que rodea al hombre.

Sin embargo, su tesis en cuanto a los usos del lenguaje, coincide con Wittgeistten, ya que indica que “no hay un único uso del lenguaje según los enunciados, sino múltiples usos según los propósitos de las actividades del habla”. (Blasco, 1968: 145)

En este sentido, siguiendo a Blasco, éste hace el siguiente análisis extrayendo algunas citas de Black, las cuales se pueden observar también en su libro ‘Modelos y Modelos’:

“Desde estos planteamientos son previsibles las tesis expuestas en el último capítulo, <<Los significados del significado>>; critica a los significados como ideas, critica a las concepciones denotacionistas y critica a las concepciones causalistas del significado. La teoría del significado se resuelve como ya dijo Wittgestein en las explicaciones de significados; la falacia consiste en preguntarse por el significado; el significado no es algo por el que uno se pregunta, sino una explicación que se da del uso de las expresiones en un determinado *juego del lenguaje* y a tener de ciertos requerimientos” (Blasco, 1968: pp. 146)

Por consiguiente, el aporte de Black en cuanto a modelos, perspectivas, uso sistemático del lenguaje y utilización del lenguaje dentro de un juego funcional, han sido relevantes por un lado y por otro, cuestionables. En este último punto, el mismo autor entra en una especie de contradicción cuando se refiere a que no hay relación <<invariante>> entre el lenguaje y la realidad; sin embargo hay múltiples formas del uso del habla dependiendo de los propósitos funcionales, por tanto de alguna forma ofrece que hay un referente con la realidad, pero que ello depende de la correlación entre el pensamiento y el habla; en este sentido la metáfora es aplicable según el multidimensional propósito de nuestro razonamiento, de ahí la realidad cognoscible y no cognoscible.

Al parecer, la estructura metafórica de Black en la ciencia se hace más transparente en sus aplicaciones y funciones puesto que hay una mejor suerte de interacción más armoniosa entre un modelo de la realidad y la metáfora de ese modelo a construir. En este sentido, citaremos a Andrés Rivadulla en su artículo, ‘Modelos y Metáforas en ciencia y filosofía’:

“En el contexto de su enfoque interactivo de la metáfora Max Black (1966, pp. 53-54) distingue dos elementos en todo enunciado metafórico: el principal y el subsidiario: <<**El enunciado metafórico tiene dos asuntos distintos: uno ‘principal’ y otro ‘subsidiario’. La metáfora funciona aplicando al asunto principal un sistema de ‘implicaciones acompañantes’ característico del subsidiario**>>. Es pues claro que en nuestra metáfora paradigmática el asunto principal sería ‘el átomo’ y el subsidiario ‘sistema solar en miniatura’. Más adelante, Black (1993, pp. 27-28) cambiará la nomenclatura optando por distinguir en todo enunciado metafórico los asuntos *primario* y *secundario*, de forma que la expresión metafórica funciona ‘proyectando’ sobre el asunto primario un conjunto de ‘implicaciones asociadas’ que son predicables del asunto secundario: <<**En el contexto de un enunciado metafórico particular, los dos asuntos ‘interactúan’ de las formas siguientes: (a) la presencia del asunto primario incita al oyente a seleccionar algunas propiedades del asunto secundario, (b) le invita a construir un complejo paralelo de implicaciones que pueden cuadrar al asunto primario, y (c) induce recíprocamente cambios paralelos en el asunto secundario**>>. En nuestra metáfora paradigmática el asunto *primario* sería ‘el átomo’, y el *secundario* ‘sistema solar en miniatura’”. (Rivadulla, 2006: pp. 190-191)

En este sentido, la metáfora interactiva de Black ayuda también a la perspectiva de una metáfora visual en la ciencia en cuanto sirve a una construcción *ideal* en proyección analógica para su función explicativa de la misma. Por consiguiente, los modelos en el lenguaje de la ciencia se plasman con un alto grado de creatividad dado que hay un esfuerzo racional, más allá de que las posibilidades sean falsas o verdaderas, hay una intención mucho más esquematizada.

“Richard Boyd (1993, p.485), para quien una de las metáforas que juegan un papel pedagógico o exegético es <<**la descripción de los átomos como ‘sistemas solares en miniatura’**>>, aplica la terminología de Black 1993 de asuntos *primario* y *secundario* en todo enunciado metafórico. Y lo mismo hace Arthur I. Miller (2000, p. 148), para quien el *enfoque interactivo* de la metáfora de Black se puede expresar de la forma siguiente: <<***x funciona como si fuera un [y], donde el instrumento de la metáfora –como si– relaciona el asunto primario x con el asunto secundario y***>>. Curiosamente, para Miller, p. 151, <<**Bohr basó todo su razonamiento en la siguiente metáfora visual...: El átomo se comporta como si fuera un sistema solar**>>.”

minúsculo. El instrumento de la metáfora -como si- señala una correspondencia (mapping), o transferencia, del asunto secundario (la mecánica celeste clásica con su imagería visual acompañante,...) a fin de explorar el asunto primario todavía no bien comprendido (el átomo)>>” (Rivadulla, 2006: pp. 191)

Por consiguiente, tanto en el campo de la ciencia como en otras áreas, tales perspectivas pertenecen a esa realidad cognoscible, por tanto en ellas, no le son aplicables las propiedades de verdad ni falsedad. En relación a la metáfora interactiva en el lado científico, Rivadulla señala que la metáfora sólo se demuestra después de la constatación de analogías entre los modelos pre-existentes.

“Mi tesis es que la analogía es ciertamente fundamental para la construcción de metáforas. Pero evidentemente, no todo lo que se basa en una analogía es una metáfora. El término modelo metafórico hay que usarlo con cuidado. Reconozco con Bailer-Jones (2002, 114-115) que *“La afirmación de que los modelos científicos son metáforas está ligada al hecho de que a menudo una analogía se usa para construir un modelo sobre un fenómeno.”* Pero yo sostengo que ni todo modelo se basa necesariamente en una analogía, ni toda analogía produce una metáfora.// La metáfora es siempre posterior a la constatación de analogías entre modelos teóricos preexistentes...” (Rivadulla, 2006: p. 198-199)

Aquí, Rivadulla se refiere también a la teoría conceptual de Lakoff y Johnson, que la veremos en el siguiente capítulo, de que “estas analogías no revelan isomorfías entre las estructuras de los dominios fuente y blanco, que desde luego pueden estar altamente estructurados. La metáfora atómica planetaria sólo es posible por el hecho de que el conocimiento de las estructuras supuestas entre ambos dominios facilita el establecimiento de analógicas” (Rivadulla, 2006: pp. 199).

Por tanto, cabe señalar entonces que el correcto uso de la metáfora dependerá de la asertividad en los modelos y en las analogías estructurales, del grado de interacción entre los objetos primario y secundario y, de tener la capacidad de ser coherentes con el contexto a explicar, demostrar o sorprender.

Aristóteles decía que el correcto uso de la metáfora tenía que ver con un don, y por tanto,

Black se basa sobre ello y le agrega puntos de vista de su teoría:

“Una metáfora memorable tiene fuerza para poner en relación cognoscitiva y emotiva dos dominios separados, al emplear un lenguaje directamente apropiado a uno como lente para contemplar el otro: las implicaciones, sugerencias y valores sustentantes, entrelazados en el caso literal de la expresión metafórica nos permite ver un nuevo tema de un forma nueva...//...el pensamiento metafórico es un vestigio modelo peculiar de lograr una penetración intelectual, que no ha de interpretarse como un sustituto ornamental del pensamiento llano”. (Black: 1966: pp.232)

2.4.2.- Teoría de la metáfora de proyección, de George Lakoff y Mark Jonson.-

Dentro del avance de los estudios modernos sobre la metáfora, George Lakoff y Mark Johnson, son los fundadores de una nueva perspectiva de una metáfora estructural, que no sólo encierra una base cognitiva en proyección, sino que además es la base científica dentro de un marco lingüístico cotidiano y habitual está inscrito en el ‘ADN’ de la gente.

Geroge Lakoff es un investigador norteamericano socio-lingüístico cognitivo y que junto con Mark Johnson, en su libro ‘Metáforas de la vida cotidiana’, desarrollan un panorama más avanzado, no sólo en el ámbito de la lingüística cognitiva, comprende también campos como la psicología y filosofía en un intento por aproximarse a la esencia de la metáfora.

Por tanto, a diferencia de la teoría interaccionista de Black que también tiene que ver con la parte cognitiva y de proyección; Lakoff y Johnson establecen y diseñan un campo más complejo al cual lo denominan *la mente corpórea*. Por tanto, ellos establecen que el pensamiento humano se encuentra corporeizado y que por tanto, accedemos a la realidad mediante nuestros sentidos y no podemos eludir de ellos.

“Según Lakoff, la teoría cognitiva de la metáfora (G Lakoff y M. Johnson, 1980; G. Lakoff, 1978; E. Sweetser, 1990) constituye un elemento esencial de la mente corpórea porque explica como el individuo es capaz de construir sistemas conceptuales abstractos a partir de imágenes esquemáticas y conceptos directamente ligados a la experiencia”. (De Bustos, 2000: pp. 201-202)

Por consiguiente, la metáfora no son sólo fenómenos estéticos o de traslación -como así se trataba desde las épocas de Aristóteles hasta hace medio siglo-, son también fenómenos propiamente cognitivos en el sentido de que se involucran componentes perceptivos con nuestro entorno y ello hace que se pronuncie a través de ‘*mappings*’ o mapeos, los cuales consisten en dos imágenes que se superponen para formar el resultado final que es la metáfora.

En ese sentido, el concepto metafórico es sistemático y está impregnado en la vida cotidiana abarcando no sólo el lenguaje sino el pensamiento y la acción. Por tanto, como parte de la teoría de la mente corpórea, se remite al funcionamiento y evolución cerebral y que por consiguiente, los procesos cognitivos del cerebro no son sino resultados de los mecanismo evolutivos del cerebro. (Lakoff y Jhonson, 1995; De Bustos 2000).

“Los conceptos que rigen nuestro pensamiento no son simplemente, asunto del intelecto. Rigen también nuestro funcionamiento cotidiano hasta los movimientos más mundanos. Nuestros conceptos estructuran lo que percibimos, cómo nos movemos en el mundo, la manera cómo nos relacionamos con otras personas. Así que nuestro sistema conceptual desempeña un papel central en las definiciones de nuestras realidades cotidianas. Si estamos en lo cierto al sugerir que nuestro sistema conceptual es en gran medida metafórico, la manera en que pensamos, lo que experimentamos y lo que hacemos cada día también es gran medida cosa de metáforas” (Lakoff y Jhonson, 1995: pp. 39).

En este sentido, se crea un criterio metafórico y da paso a la formación de un sistema conceptual del que la mayoría de las personas no son conscientes. De esta manera, Lakoff y Johnson establecen estos conceptos de pensamientos y experiencias en las que el individuo es capaz de construir sistemas conceptuales abstractos a partir de imágenes esquemáticas y conceptos directamente ligados a la experiencia. (G. Lakoff y M. Johnson, 1980; G. Lakoff, 1978; E. Sweetser, 1990)

“Si los iconos y la actividad mimética de eco o icónica está funcionando en nuestro cerebro cognitivo fundamental, es lógico que el icono sea el signo de la información

por excelencia. Una aproximación que respalda esta tesis es precisamente la teoría experiencialista/corpórea aplicada al uso de metáforas por Lakoff (1985). La teoría de Lakoff, que explica las proyecciones metafóricas de estructuras icónicas cognitivas desde un plano de experiencia ontológica, orientacional espacio-temporal, o motora-dinámica, a un plano más abstracto (sentimiento, pensamiento, estructuras informativas o discursivas) aprovecha la misma tesis de la simplicidad y establece que las imágenes metafóricas tienen como fin cartografiar, jerarquizar y organizar planos de actividad que son abstrusos, complejos o de los que no existe una experiencia directa” (Aladro, 2007: pp. 52)

Por tanto, en la primera clasificación que los autores afirman se refieren corresponden a la metáfora estructural de, ‘Una discusión es una guerra’, en el cual, Eduardo de Bustos señala que este tipo de fenómeno de proyección puede ser sometido a amplias variaciones transculturales debido a su alta capacidad asociativa y de proyección en la forma de hablar de las personas. (De Bustos, 2000: 214)

“En ‘Una discusión es una guerra’, se utilizan palabras o frases argumentativas que, en la cultura occidental, indican un contexto de guerra y que sin embargo son trasladados hacia el contexto de una discusión, en donde se desea ganar y no perder. “Tus afirmaciones son indefendibles// Atacó todos los puntos débiles de mi argumento.// Sus críticas dieron justo en el blanco.//Destruí su argumento// Nunca le he vencido en una discusión...” Lakoff y Johnson, (1995: pp. 40).

Por consiguiente, como dicen los autores, es importante entender a este tipo de metáfora estructural una “forma formal de atacar una posición”, entonces, “la metáfora no está en las palabras que usamos, está en nuestro concepto mismo de discusión. El lenguaje de la discusión no es poético, imaginativo o retórico, es literal.”// yace “en el aspecto humano y/o animal desde el punto de vista de enfrentamiento físico por la similitud de su estructura” (Lakoff y Jhonson, 1995: pp. 42)

En este sentido, todas las experiencias son en parte culturales pero la experiencia estructural de ‘Toda discusión es una guerra’, por su alta capacidad asociativa y de proyección en el pensamiento del hombre, hace que ésta sea un elemento sometido a una amplia variación transcultural, además como subrayan Lakoff y Jhonson, este tipo de metáforas están

impregnadas de forma sistemática en las conversaciones dentro de las expresiones lingüísticas y por tanto son proyectadas en función de las actividades de forma general. (De Bustos 2000, Lakoff y Jhonson 1995)

“Las argumentaciones suelen ser consideradas como una subconjunto de los intercambios verbales comunicativos denominados en general <<conversaciones>> o <<diálogos>> (v. M. Dascal, ed., 1985). En cuanto tal subconjunto las argumentaciones comparten una estructura general común con las conversaciones: existen unos participantes que asumen en el intercambio los roles de hablante y auditorio, son actividades complejas, compuestas por elementos que se pueden denominar <<intervenciones>>, intervenciones que tienen un orden más o menos seriado, etc.”. Por tanto, el “estar inmerso en una argumentación es un tipo diferente de experiencia que la de participar en una conversación” (De Bustos, 2000: pp. 220-221)

La segunda clasificación se refieren al tipo de metáforas orientacionales, de ‘más es arriba/bueno es arriba’; y ‘menos es abajo’. En este sentido, Lakoff y Johnson afirma que los valores indicados más arriba se mantienen de manera generalizada en nuestra cultura si las circunstancias se mantienen. Sin embargo, debido a que normalmente las circunstancias cambian, a menudo hay conflictos entre estos valores, y por lo tanto hay conflictos entre las metáforas asociadas entre ellos.”

En este punto, el autor hace una salvedad importante con respecto a las metáforas orientacionales ya que el grado en este tipo de metáfora asertiva dependerá de los códigos culturales y al mismo tiempo de la subcultura y de los valores personales.

“No todas las culturas conceden prioridad a la orientación arriba-abajo como hacemos nosotros. Existen culturas donde el equilibrio o la centralidad desempeñan un papel mucho más importante en nuestra cultura. Consideremos por ejemplo, la orientación no espacial activo-pasivo. Para nosotros ACTIVO ES ARRIBA Y PASIVO ES ABAJO en la mayor parte de las cuestiones. Pero existen culturas en las que la pasividad se valora más que la actividad. En general, las orientaciones principales arriba-abajo, dentro-fuera, central-periférico, activo-pasivo etc., parecen recorrer todas las culturas; lo que varía de una a otra es la manera de orientar los diferentes conceptos y la importancia concedida a las orientaciones”. (Lakoff y Jhonson, 1995: pp. 62-63)

Por consiguiente, para que exista un alto grado de metáfora orientacional, la mayoría de “los valores culturales deben formar parte de un sistema coherente metafórico” pero que, debido a la variedad tanto en las subculturas como en los diferentes puntos de vista personales “los individuos como los grupos varían en sus prioridades de lo que es bueno y virtuoso para ellos”. (Lakoff y Johnson, 1995: pp. 60- 61)

Algunos ejemplos de metáfora de estructura de proyección orientacional son la felicidad, lo consciente, la vida y la salud, la fuerza, lo racional, lo bueno, la virtud, Estatus elevado, etc. ARRIBA y todo lo contrario ABAJO. (Me siento alto. Caí en una depresión. Eso me levantó el ánimo. Estoy deprimido. Está en la cima de la salud. Cayó enfermo. Las cosas van mejorando. La discusión cayó en un nivel emocional, pero la levanté a un nivel más racional, etc.) (Lakoff y Jhonson, 1995: 62-63)

Con respecto a las metáforas ontológicas, los autores analizan que éstas funcionan coherentemente en base a las experiencias en términos de objeto y sustancias, las cuales permiten al individuo elegir parte de esas experiencias y tratarlas como entidades discretas o sustancias de un tipo de uniforme. “Una vez que hemos identificado nuestras experiencias como objetos o sustancias podemos referirnos a ellas, categorizarlas, agruparlas y cuantificarlas- y, de esta manera, razonar sobre ellas.// Las metáforas ontológicas sirven a efectos diversos, y los diferentes tipos de metáforas reflejan los tipos de fines para los que sirven” (Lakoff y Johnson, 2000: pp. 63)

Por tanto, según sea la proyección mental de la experiencia en la necesidad para entender acontecimientos, acciones, actividades y estados, existirán los diferentes tipos de metáforas ontológicas, tales como ¿Estarás en la carrera del domingo? (carrera como objeto recipiente); vas a ir a la carrera (carrera como objeto).

En este sentido, los autores utilizan la estructura de proyección llamada ‘campo visual’, “conceptualizamos nuestro campo visual como un recipiente, y conceptualizamos lo que vemos como algo en su interior. Incluso el campo visual lo sugiere. Se trata de una metáfora natural” (Lakoff y Jhonson, 1995: pp. 68).

Por otro lado, existe una amplia variación de metáforas ontológicas en las que tales experiencias se identifican con una persona o con entidades no humanas. “Su teoría me explicó el comportamiento de los pollos criados en fábricas; La vida me ha estafado; La inflación se está comiendo nuestras ganancias...”. (Lakoff y Johnson, 1995: pp. 71).

No obstante, cabe señalar que estas estructuras metafóricas de proyección pueden entrelazarse y contenerse al mismo tiempo, ya que por la naturaleza elástica de la mente humana en conjunción con el objeto metaforizado, todos esos elementos pueden estar interconectados y corresponder a más de un tipo de metáfora en proyección.

En ese sentido, Eduardo de Bustos sostiene la metáfora estructural es la que tiene una mejor base para metaforizar dado que está más anclada en la <<experiencia>> y tiene un efecto organizativo, “dotan de un esqueleto formal a (parte de) un concepto abstracto”. Por tanto, un tipo de metáfora de esta última característica puede abarcar también las metáforas de tipo orientacionales y ontológicas. (De Bustos, 2000: pp. 213)

“...el hecho de que un concepto esté metaforizado por un determinado tipo de metáforas no implica que no pueda estarlo por algunas de las otras e incluso que pueda estar conceptualizado al mismo tiempo, por diversos tipos de metáforas. En principio, el caso de la <<argumentación es una guerra>> es un caso de metáfora estructural, pero, en la medida en que los eventos y las acciones son a su vez, metaforizados ontológicamente como objetos, el concepto de argumentación está sometido, al menos, a dos tipos distintos de metáforas. En ese sentido, uno puede estar inmerso en una argumentación, del mismo que uno puede abandonarla o irse...superarla, ignorarla, etc. Además, en la medida en que toda argumentación tiene una dimensión temporal, esa dimensión puede ser metaforizada orientacionalmente, en una dimensión espacial, y en ese sentido se puede hablar del progreso o retroceso de una argumentación, de su falta de dirección, de las encrucijadas en que se pueden encontrarlos que argumentan, etc.”. (De Bustos, 2000: pp.213)

Por consiguiente, dadas las circunstancias cognitivas y del alto grado asociativo y de proyección en la metáfora estructural de <<Toda argumentación es una guerra>>, se puede observar también que más allá de que éstas actúen en el plano abstracto y no físico, como los autores manifiestan, este tipo de metáfora no sólo estructura lo que se entiende como

argumento sino que rige la forma en que el hombre se comporta argumentativamente. (De Bustos, 2000: 214)

Siguiendo a Eva Aladro, en su libro de Comunicación y retroalimentación, sostiene que cuando una metáfora contiene un alto valor cognitivo, ésta “produce una visión comparativa que desemboca en una <<identidad>> entre el término proyectado y el campo de acción, de modo que se anula el artificio y se produce una <<visión>> directa y nueva de la realidad” (Aladro, 2004: pp. 130); puede que esa realidad proyectada actúe en este tipo de metáfora estructural, hacia otras sub-realidades, las cuales serían las otras formas de metáforas orientacional u ontológicas, dependiendo del nivel de analogía, pertenencia y experiencia entre ellas mismas, y de cuyo proceso conlleve a otros elementos metafóricos más pequeños que se relacionen con la estructura madre de la metáfora.

En este sentido, como ya se ha recalcado que la metáfora estructural es que la se apoya más en la experiencia y que contiene formas más organizativas, es necesario precisar lo siguiente en relación a <<Toda discusión o argumentación es una guerra>>:

“...aun existiendo una identidad estructural entre la conversación y la argumentación, se da una diferencia radical en la forma en que, en ésta, *conciben* y *experimentan* los participantes sus intervenciones: como una participación en la confrontación en la que existen partes (adversarios), opiniones encontradas (posiciones), razones para las creencias sostenidas (<<defensas>> de las posiciones), razones para no sostener las opiniones del contrario (<<arsenal>> argumentativo)...Esto sucede con respecto a la <<mecánica>> argumentativa como a su <<dinámica>>: las intervenciones de los participantes ya no se conciben como aportaciones más o menos explícitas al incremento del acuerdo contextual, sino como movimientos o maniobras dirigidas o bien a fortalecer la propia posición o a socavar o asaltar la del contrario”. (De Bustos, 2000: pp. 224)

Lakoff y Jhonson, indican que las metáforas estructuran parcialmente los conceptos que usamos a diario y que ésta se refleja en nuestro lenguaje literal, las cuales se basan en expresiones simples literales o frases hechas que se relacionan de forma directa con la metáfora y son parte de la forma cotidiana en la forma de hablar de la gente. Por lo tanto, en el proceso de comunicación, en la *lucha* de frases argumentativas, como lo señala De

Bustos, habrá siempre un <<ganador>> y como consecuencia <<un perdedor>> porque no pudo *defender* mejor su posición o atacar a sus adversarios. En este sentido es necesario aclarar que las personas que llegan a esta fase, es porque han pasado las fronteras de la categoría de una conversación formal, esto quiere decir que la argumentación corresponde a una subcategoría dentro de la forma de hablar de la gente. Es en esta subcategoría donde se interconectan elementos internos cognitivos formando metáforas de <<ataque>> y <<defensa>>. (Lakoff y Jhonson, 1995; De Bustos 2000). No obstante, De Bustos tiene algunas objeciones con referencias a esta categoría y subcategoría, ya que la diferencia no es tanto de grado sino de circunstancia.

“En primer lugar como ellos mismos reconocen, a veces es difícil distinguir entre subcategorización estricta y la estructuración metafórica: la argumentación puede considerarse como argumentación simbólica y, en este sentido, pertenecer como subcategoría al concepto general de confrontación. Bajo este punto de vista, las confrontaciones físicas y las argumentaciones constituirían un mismo tipo de actividad. La diferencia no es tanto de grado, como mantienen Lakoff y Jhonson cuanto de *perspectiva*”. (De Bustos, 2000: pp. 225)

Por consiguiente, lo que la teoría de Lakoff y Jhonson aporta es una *perspectiva*, -diferente a la que Black se refiere-, basada en la experiencia la cual pulula en el entorno de una estructura comunicativa natural y que por tanto otorga a las formas de conversación y que <<da coherencia>> a la Gestalt experiencial, “de tal modo que el concepto conversación encaja en esa estructura”. (De Bustos, 2000: pp. 226)

En ese sentido, retomando a Lakoff y Jhonson, dado que las metáforas en estos argumentos y en los demás puntos, se encuentran inmersos en nuestro hablar cotidiano, muchos de ellos forman parte de nuestra <<literalidad>>, de ahí que es importante interiorizar que muchas de estas representaciones reales en el habla y en las imágenes tienen origen, de forma indirecta o directa, en la metáfora. (Aladro, 1999: 63). En cuanto a la metáfora estructural, <<la argumentación es una guerra>>, ésta permite estructurar en términos gestálticos parte de esa conversación, la cual De Bustos la denomina como un proceso irregular dado que puede que corresponda a una Gestalt experiencial, o simplemente a un conjunto de experiencias débilmente integradas” (De Bustos, 2000: 226-227).

2.4.3.- Teoría de la Fusión Conceptual y Analogía, Gilles Fauconnier y Mark Turner:

Esta teoría tiene como base la metáfora de proyección estructural, la cual trabaja en proyecciones analógicas para solucionar problemas en procesos de inferencias. Gilles Fauconnier, teórico experto en ciencia cognitiva sentó las bases para poner en evidencia la proyección estructural a través de dos o más espacios mentales y de cuya fusión nace una integración conceptual.

Por tanto, primero, se intentará analizar qué es un espacio mental. Gilles Fauconnier lo explica de una forma muy simple e indica que los espacios mentales es una suerte de “dominios de cognición que quedan *detrás del escenario*”; es decir son estructuras conceptuales parciales de realidades posibles y que se activan de forma espontánea al escuchar un discurso o leer un texto.

En este sentido, Esther Pascual, investigadora que realizó el proyecto, ‘Espacios Mentales para la Integración Conceptual’ -financiado por la Organización Nacional de la Ciencia Holandesa-, es nuestro referente más cercano en este punto de la investigación, además de otros autores que se relacionan con la teoría de la ‘Fusión conceptual’.

A manera de agregar datos en la historia de este trabajo, creemos importante nombrar también a los investigadores previos a esta ‘teoría de los espacios mentales’, a Jackendoff (1975) y Nunberg (1978). “Concretamente, la teoría se desarrolló para dar cuenta de casos de **referencia indirecta**, en los que referente de un sintagma está pragmáticamente relacionado con el referente lingüístico del mismo (p. ej., *La mesa tres quiere café* por Los clientes sentados en la mesa tres quieren café, *Platón* está en la estantería por *El libro de Platón está en la estantería*) (Pascual, 2012: pp. 1)

Siguiendo con Pascual, ella indica que esta teoría también emergió para resolver casos de **opacidad referencial**, “en los que el referente de un sintagma es lingüísticamente ambiguo y debe por lo tanto derivarse del contexto (p.ej., El rey de Francia es calvo por El actual rey

de Francia es calvo o La función de rey de Francia incluye la calvicie como característica sine qua non; Salvador pintó una pared, por Salvador pintó un cuadro con una pared representada en él o Salvador cubrió una pared de pintura”.(Pascual, 2012: pp.1)

Por otro lado, otros autores como Gentner (1983), Hofstadter (1985), Holyoak y Thagard (1994), Lakoff y Jhonson (1980), han analizado y explicado que tales proyecciones están el corazón mismo de la cognición en sus múltiples formas, más allá de observar el campo racional o consciente, es necesario señalar que “la proyección estructural es inherente a todos los procesos de pensamiento y especialmente a la permanente construcción de significado en la que sin esfuerzo nos empleamos, cuando concebimos el mundo que nos rodea, actuamos en él, hablamos de él y nos perdemos más allá de él con nuestras fugas espontáneas de imaginación, fantasía y creatividad”. (Fauconnier, 2005: pp.152)

Estos análisis tiene que ver también con otros estudios cognitivos de los cuales manifiestan sobre el rol importante de la semántica cognitiva ya que gracias a este proceso, se crean o salen a la luz “los esquemas imaginísticos (image shemata), proto-representaciones productos de la experiencia primitiva (según Turner, necesaria) y de la estructura neurobiológica innata”. (De Bustos, 2000: pp. 196). Por tanto, es necesario mencionar que todos estos temas de proyección vistos desde la semántica de la razón, lo veremos de nuevo durante la explicación de la teoría de Fauconnier.

En este sentido, creemos que la teoría de ‘La Fusión conceptual’ tiene un papel significativo puesto que se encuentra muy a menudo en muchos fenómenos cognitivos observados no sólo dentro de nuestras habilidades del lenguaje humano, sino también en el lenguaje de las actividades artísticas y científicas.

De ahí que en 1993, Mark Turner y Gilles Fauconnier, comenzaron a estudiar dichos fenómenos de la fusión conceptual, las mismas que dependen también de la proyección estructural y de la simulación dinámica (Fauconnier y Turner 1998). Aquí analizaron que, al igual que las proyecciones analógicas convencionales en las que existen dos estructuras o inputs o dominios de entrada, ésta proyectaba una tercera estructura, que de manera

selectiva nos hacía indicar el elemento fusionado.

“Una fusión no es simplemente una composición de dos dominios de entrada. A través de completar patrones y de elaboraciones dinámicas, desarrolla una organización emergente por sí misma. La fusión puede utilizarse para aportar inferencias, dar contenido emocional, fuerza retórica y nuevas conceptualizaciones”. (Fauconnier, 2005: pp.152)

Al respecto, Eduardo de Bustos manifiesta que lo particular de esta teoría es que tales estructuras entre el dominio fuente y el dominio diana son extraídas e intercambiadas, es decir, dentro de este mapeo mental, la combinación de estas dos metáforas producen un espacio mental multidimensional y de cuyo resultado constituye una realidad cognitiva relativamente nueva que sustenta la categorización y la inferencia. “Dominio Fuente: Conocimiento sobre el dominio fuente/Inferencias no metafóricas // Dominio Diana: Conocimiento proyectado/ Inferencias metafóricas”. (De Bustos, 2000: pp. 163)

Sin embargo, De Bustos señala que para exista relación entre el dominio fuente y el dominio diana y por tanto la construcción de una metáfora de fusión, dependerá de la congruencia de nuestras pautas visuales o motoras asociadas con el conocimiento dominio fuente, lo que llama <<la encarnación del conocimiento>>. (De Bustos, 2000: pp. 158). En este sentido, De Bustos, ‘La Metáfora, ensayos Transdisciplinares’, subraya lo siguiente:

“Dicha topología cognitiva no tiene que ver con la estructura lógica o proposicional en la que se puede representar el conocimiento acerca del dominio fuente, sino más bien con la estructura de esquema imaginístico de dicho dominio fuente. Y esto con lo que tiene que ver es con la encarnación del conocimiento correspondiente, esto es, con las pautas neuronales (visuales o motoras) asociadas a ese conocimiento. (De Bustos, 2000: pp. 158)

Por consiguiente, se puede decir que <<la encarnación de ese conocimiento>> se trasluce a través de tales espacios mentales, que pueden ser codificados mediante <<constructores lingüísticos>> (space builders). La investigadora Esther Pascual, en ‘Los espacios

mentales y la integración conceptual’, señala lo siguiente en relación al concepto de los <<constructores lingüísticos>>:

“...son indicadores lingüísticos que, o bien abren nuevos espacios mentales, o bien cambian el foco de atención a espacios ya existentes. Los constructores de espacios pueden tomar formas gramaticales distintas. Estos pueden ser : “(i) frases preposicionales (p.ej., en los anuncios, bajo hipnosis, detrás de las cámaras); (ii) frases adverbiales (p.ej., ojalá, en realidad, según Manolo); (iii) conjunciones (p.ej., si, cuando, aunque); adjetivos (p.ej., antiguo presidente, supuesto noviazgo, historia ficticia); y (iv) combinaciones sujeto-verbo (p. ej., Úrsula quiere, Pablo pintó, El niño jurará)” (Pascual, 2012: pp. 3)

Por tanto, y volviendo al proceso neuronal que forma parte de los esquemas cognitivos, es importante indicar que éstos son analogías graduales. Toda información simple o compleja, produce en el receptor elementos de integración o de eliminación pero siempre en el marco analógico. De ahí que tales esquemas cognitivos son una importante herramienta que nos permite observar y sentir lo imaginístico. Sin embargo, a pesar de que la teoría de proyección estructural está relacionada con la analogía en esencia en la teoría de Fusión Conceptual,- que tiene que ver con la proyección y generación de nueva información-, ésta no necesariamente presenta una función analógica.

“La fusión de algunas (pero ni mucho menos de todas) las redes de integración conceptual es analógica; las redes de integración cuya función no es analógica alinean igualmente dos o más estructuras parciales, típicamente a través de una proyección por analogía; los ejemplos típicos de analogía y metáfora a menudo resultan ser casos de fusión conceptual con alineación de sus espacios mixtos analógicos o metafóricos. Uno de los objetivos de este artículo es señalar los aspectos importantes en los que analogía y fusión pueden solaparse o coexistir dentro del proceso cognitivo”. (Fauconnier, 2005: pp.153)

Existen diferentes modelos de fusión conceptual, tantas como procesos mentales en el *imaginístico* del conocimiento, por citar algunos de sus famosos ejemplos como es el de las dos carreras de barcos desde San Francisco a Boston en diferentes épocas (1853 y 1993), marcan claramente una analogía, una proyección y al mismo tiempo crean espacios mentales en la significación durante todo el proceso de información.

“La carrera de barcos es un ejemplo de caso de fusión. Dos dominios de entrada comparten la organización de una estructura marco. Se unen gracias a un espacio mixto y se proyectan partes de ellos en un espacio fundido. La proyección permite que emerja una estructura para desarrollar la base de la composición, para completar el patrón (basado en modelos de trasfondo) y para elaborarlo más (‘echar a correo la fusión’ como se denomina actualmente, es decir, iniciar su carrera cognitiva)” (Fauconnier, 2005: pp. 155)

Otras categorías de redes de fusión conceptual son las *redes simples*, *redes espejo*, *redes de nivel único*, y *redes de doble nivel*. Hay que señalar que como dice su autor, “se pueden hacer distinciones”. En este sentido, es importante mencionar, a diferencia del ejemplo anterior, que en este nuevo ejemplo encontramos un tipo de fusión conceptual en cuyo proceso sí se encuentra una *transferencia analógica operando*, es por eso que hemos creído relevante exponer el ejemplo tal cual debido a que el objetivo que representa, es un tipo de metáfora utilizado mucho en la enseñanza pedagógica, o en su defecto para dejar el mensaje <<sin sentir el mensaje propiamente>>, ya que se basa, de alguna manera en la fluidez cognitiva>>, no comparativa pero sí *adherida*.

Por consiguiente, un monitor de esquí que intenta enseñar a un principiante a colocar correctamente los brazos y mirar hacia la pendiente en vez de mirar a sus propios esquíes, la mejor estrategia que opta el monitor es hacer que su alumno imagine que durante el ejercicio de esquiar, piense que es un camarero y que está llevando un bandeja con champán y croissants, de tal manera que al concentrarse en la bandeja e intentar no derramar el champan, el principiante sea capaz de aproximarse a un movimiento integrado correcto para que baje la loma.

Por tanto los dominios de entrada, son este caso, la situación del esquí y la situación del restaurante, con la posición de los brazos y del cuerpo proyectados una en la otra. El espacio genérico sólo contiene una postura humana y su movimiento, sin la necesidad de un contexto en concreto. No obstante, en la fusión el esquiador va llevando una bandeja con champán. Entonces, aunque la fusión sea una <<fantasía>>, ésta hace que proyecte a su vez el movimiento correcto sobre el dominio de entrada del esquí.

“Esta fusión no es una red en espejo, pues los dos marcos organizadores de los dominios de entrada (de esquiar y servir las mesas respectivamente) son completamente distintos. La cuestión no es desarrollar una analogía poderosa entre ambos; de hecho, en este caso es su obvia disimilitud la que aumenta su eficacia pedagógica. Pero a diferencia de la carrera de barcos....*aquí sí hallamos transferencia analógica operando*. El monitor está usando con astucia una analogía oculta entre un aspecto muy fragmentario del movimiento del camarero y la posición del esquí que se desea....el instructor no está sugiriendo que se mueva <<exactamente>> como un camarero competente. Es solamente dentro de la fusión –cuando el principiante intente llevar mentalmente la bandeja mientras físicamente se lanza a esquiar – cuando la estructura deseada (la mejor posición del cuerpo) emerger...la clave de la fusión, dentro del marco de un instructor que enseña a un principiante, es directamente la integración del movimiento. Una vez que el movimiento correcto emerge al ser integrado, y una vez que es dominado por el principiante, el vínculo con los croissants y el champán puede abandonarse. El esquiador no necesitará seguir pensando siempre en llevar la bandeja para esquiar adecuadamente”. (Fauconnier, 2005: 158)

Por consiguiente, en este caso, Fauconnier sitúa de manera correcta el espacio imaginístico sobre el espacio real, algo relacionado también a la naturaleza lingüística de esta teoría, de la cual Pascual hace referencia, de que los espacios mentales connotan realidades <<posibles>>, las cuales son a su vez son “<<configuraciones cognitivas selectivas>> de dominios de existencia” (Pascual, 2012: pp. 4), y que por tanto en el proceso de integración, mediante las diversas clases de fusión, estos espacios mentales tienen la función <<moldeadora>> para representar, sustituir o crear la <<otra realidad>>.

Entonces a manera de establecer una suerte de conclusión más filosófica y lingüística sobre la importancia de las ‘metáforas de fusión conceptual’, su esencia radica en que son trabajadas desde las inferencias en la *integración* y del resultado de éstas en el momento en que se *fusionan* con los otros planos cognitivos más <<escondidos>>.

“La integración conceptual propuesta por Turner y Fauconnier viene a precisar cómo trabaja este *conocimiento del conocimiento*, que hace uso del bagaje de redes conceptuales del hablante para actualizarlo en una situación concreta y lleva consigo una retroalimentación en los contenidos que favorece la creación de nuevos mecanismos, de habilidades cognitivas nuevas que se producen cada vez que hablamos o pensamos...El tipo de competencia que se necesita para producir e interpretar metáforas, no sería meramente semántica, pragmática o sintáctica, sino que debería reunir todas esas perspectiva desde un punto de vista cognitivo.” (Vega,

2004: pp. 52)

2.4.4.- Metáfora y Metonimia: Hacia una teoría lingüística y cognitiva

En la historia de la metáfora y la metonimia aparecen características semánticas y significaciones lingüísticas, de cuyos contenidos las han convertido en una suerte de tropos cuasi metafóricos o cuasi metonímicos, entre ellas mismas, por decirlo de alguna manera. A lo largo de estos hechos, diversos investigadores han tratado de aproximarse a la médula de sus diferencias más importante y al mismo tiempo, a las partes más significativas que las unen.

Por consiguiente, es interesante observar como desde los tiempos de la retórica hasta la actualidad estas cuestiones que conforman sus estructuras en el lenguaje -y más precisamente, a la hora de realizarse tales fenómenos comunicativos (mapeos)- se entrelazan o se dispersan de acuerdo a las últimas investigaciones cognitivas.

En este sentido, es importante tomar como base de referencia las observaciones filosóficas y lingüísticas de Michel Le Güern, puesto que fue uno de los pioneros en sensibilizarse frente a esta cuestión que parecía resuelta por otros autores. Le Güern investiga y analiza las similitudes y diferencias de estos tropos y las lleva hacia un campo más esclarecedor en términos lingüísticos.

No obstante, los últimos avances cognitivos han permitido también reflexionar mejor e ir más allá de los conceptos formulados de las que se basan en reglas lingüísticas. Por ello, citaremos a John Taylor, quien es uno de los primeros lingüistas cognitivos en discutir sobre la metáfora y la metonimia de forma separada y al mismo tiempo en argumentar la idea de metáforas basadas en metonimias. Además, es necesario mencionar a tres investigadores cognitivos, Goosens, Riemer, Radden and Geeraerts, quienes junto con Taylor exploran sobre la interacción que existe entre la metáfora y metonimia, todo ello extraído del libro editado por los autores René Dirven & Ralph Pörings, en 'Metaphor and Metonymy in Comparison', (2003).

Primeramente, es importante mencionar a Roman Jakobson, quien expone una de las primeras diferencias lingüísticas a nivel científico entre la metáfora y la metonimia en la historia de la lingüística, así lo presenta Le Güern al citarlo en ‘Fundamentos de la lengua, parte II, Dos aspectos del lenguaje y dos tipos de trastornos afásicos’:

“Toda forma de trastorno afásico consiste en alguna alteración, más o menos grave, de la facultad de selección y sustitución o de la combinación y contextura. La primera afección produce un deterioro de las operaciones metalingüísticas, mientras que la segunda altera la capacidad de mantener la jerarquía de las unidades lingüísticas. La primera suprime la relación de similaridad y la segunda la de contigüidad. La metáfora resulta imposible en la alteración de la similaridad y la metonimia, en la alteración de la contigüidad”. (Le Güern, 1985: pp.15-16)

Es decir, la contigüidad es una relación externa y la similaridad, una relación interna. De esta forma, una característica importante dentro de la metonimia -y a su vez, una diferencia sustancial con la metáfora- radica en la relación externa que tiene el semema de la palabra con el objeto y de cuya designación contribuye, dándole a este nombre una relación referencial. En cuanto al proceso metafórico, el semema presenta un vínculo interno entre los elementos de significación, en otras palabras entre los semas que la componen. Entonces, según Jakobson, el *proceso metafórico* correspondería a una organización sémica, mientras que *el proceso metonímico* sólo modificaría a la relación referencial.

Para poner un ejemplo propio, nótese el proceso de similaridad y de referencia en las siguientes oraciones: “Los cabellos de tu niña son de oro” (comparación interna entre los semas o significados, cabellos y oro <<metáfora>>); “No había ni una alma en la fiesta” (relación externa entre el sema o significado *alma* con el sema o significado mental *cuerpo*<<metonimia>>).

“Así pues, el mecanismo de la metáfora se opone netamente al dela metonimia, debido a que opera sobre la sustancia misma del lenguaje en vez de incidir únicamente sobre la relación entre el lenguaje y la realidad expresada” (Le Güern,

1985: pp.19)

Otro de los análisis que Le Güern hace entre la metáfora y metonimia es cuando se refiere a la *catacresis*. En este punto, Eduardo de Bustos coincide de alguna manera con Le Güern, al afirmar que ésta se produce cuando hay un vacío léxico y que por tanto se recurre a ella para nombrar una realidad y que ésta sería una forma particular de la metáfora. (De Bustos, 2000: pp. 46).

Pero, Le Güern es más específico aún y cita a Pierre Fontainer, de su libro ‘Les Figures du discours’:

“Los tropos tienen lugar, o *por necesidad* y *por extensión*, con el fin de suplir las palabras que faltan en la lengua para expresar ciertas ideas o por elección y por figura, con el fin de presentar las ideas bajo imágenes más vivas y sorprendentes que sus signos propios. Los tropos por extensión son los que tradicionalmente designamos con el término de catacresis, que engloba igualmente los empleos de origen metonímico y los de origen metafórico”. (Le Güern, 1985: pp.101)

Por tanto, la catacresis es un fenómeno en la clasificación de los tropos por extensión y que concierne a la empleabilidad de la metáfora y de la metonimia. Esta característica sería una generalidad compartida entre ellas. En lo que corresponde a la metáfora, la catacresis crea una relación nueva entre los dos términos que se asocian pero esta asociación sólo será posible por la supresión de la oposición animado/inanimado.

“Por ejemplo, en el esquema montaña: x: cuerpo: pie, donde no existe una nominación específica para la parte baja de una montaña, aquella sobre la cual se asienta y de la que emerge, el esquema nos provee de la metáfora <<el pie de la montaña>> para referirnos a esa parte en virtud de una relación analógica con el cuerpo humano y sus extremidades inferiores” (De Bustos, 2000: pp. 46).

En cuanto, a la metonimia, Le Güern, indica que la naturaleza de la catacresis en ella se procede de forma muy distinta porque no crea una relación nueva entre los términos que se

asocian, en ese sentido:

“...puesto que los objetos que estos términos designan en un sentido propio están ya relacionados en la realidad exterior, incluso antes de que sean nombrados e independientemente de la manera en que lo son. Por supuesto, no se trata de una relación rigurosamente objetiva; el lenguaje no puede ser una copia de la realidad existente...// Si por metonimia la palabra corazón designa unos sentimientos, esto no significa que exista una relación real entre el corazón y esos sentimientos”. (Le Güern, 1985: pp.102).

En este sentido, Le Güern pone de manifiesto la posición distinta que tiene la empleabilidad de la metonimia y la metáfora dentro de lo que es la catacresis. Aquí los objetos que tales términos designan, es decir los semas, ya están relacionados con la naturalidad exterior, mas no crea campos nuevos de desplazamiento como en la metáfora.

Por tanto, la catacresis puede estar en una metáfora o en una metonimia. Pero si se quiere designar una realidad para lo que no exista un término preciso en un lenguaje común y corriente, la metáfora no es la vía correcta supletoria en estos casos. Tales situaciones son más factibles dentro del uso de la metonimia, perífrasis o sinécdoque.

Por tanto, siguiendo a Le Güern en relación a Du Mairs, en su ‘Tratado de Tropos’, se extrae lo siguiente:

“Las lenguas más ricas carecen de un número de palabras suficiente para expresar cada idea particular con un término que sea solamente el signo propio de esta idea; así, nos vemos obligados, a menudo, a tomar prestada la palabra apropiada de alguna otra idea, que tiene la mayor relación posible con la que queremos expresar”. (Le Güern, 1985: pp. 78).

No obstante, la metáfora puede servir como medio económico de una sustitución de una *perífrasis* demasiado grande:

“...en el habla corriente, <<cola>> tiende a generalizarse en detrimento de <<fila de espera>>, sin que pueda atribuirse a esta utilización otra razón que la economía

de esfuerzo y tiempo. Estas metáforas tienden a lexicalizarse con bastante rapidez; son entonces consideradas, si no como el término apropiado, al menos como el término corriente. (Le Güern, 1985: pp. 78-79)

Queda entonces comprendido que se recurre a la metáfora en estos casos porque no hay otra manera de hacerlo distinto. En este contexto, la metáfora pareciera ganarle ‘terreno’ a la metonimia en cuanto a su aplicabilidad. Sin embargo, más allá de tener mayor alcance, puede que dentro de ese alcance se produzca también la metonimia.

“El lenguaje es esencialmente metafórico porque ninguna denominación abarca toda la realidad que nombra de tal modo que cuando se vierte tal realidad al lenguaje siempre queda una parte de esa realidad por expresar, por captar. El carácter esencialmente figurativo del lenguaje es el resultado de una de sus imperfecciones, su limitación a la hora de representar la realidad, de tal modo que toda enunciación o denominación es constitutivamente parcial, *metonímica*”. (De Bustos, 2000: pp. 72).

Se podría sugerir entonces que se está hablando de metáforas de naturaleza metonímica o de metáforas basadas en la metonimia o en todo caso de una interacción entre sus significados en la que la gana el mayor grado de significado según sea la convencionalidad dentro del contexto lingüístico y figurativo.

En este sentido, John R. Taylor, tiene la posición de darle más importancia a la formación de las metonimias, puesto que éstas tienen más naturalidad en el lenguaje común y corriente dentro de lo lógico figurado; por tanto partiendo de esta base se pueden encontrar más casos de formación de metáforas.

“Al menos, en algunos casos, la posibilidad de elementos de mapeo de un dominio a otro dominio se establece por medio de cohechos de los dominios dentro de un área particular de experiencia. Considerar la metáfora conceptual MÁS ES ARRIBA. A medida que agregas objetos a una pila, la pila se hace mayor. Esta experiencia establece una asociación natural entre cantidad y extensión vertical. Estrictamente hablando, la asociación es de una metonimia; si uno agrega objetos a una pila, la altura es literalmente correlacionada con la cantidad. Sólo cuando el esquema arriba-abajo llega a disociarse de la imagen de las pilas-arriba y se aplica a ejemplos de adición más abstracto (como cuando uno habla de los precios que están

subiendo) la metáfora se hace a cargo.// Una persona que está arriba es la que está viva...consciente...mientras quien está inconsciente, enfermo o muerto está abajo...Y en el curso de un combate físico el que tiene los poderes más grandiosos termina con 'up' mientras la víctima está literalmente 'abajo'. Otra vez, la relación entre la verticalidad y el dominio de poder es una metonimia. Sólo cuando la relación se generaliza más allá de la situación estereotipada uno puede hablar de metáfora". (Dirven & Pörings, 2003: pp. 342)

En el libro, 'Metaphor and Metonymy at Crossroads', de Antonio Barcelona, quien hace una recopilación de diferentes autores sobre este tema, pone de relieve sus comentarios y también algunos ejemplos de otros autores. Dentro de este libro se incluyen trabajos de los ya mencionados lingüistas cognitivos, Lakoff, Gilles Fauconnier and Turner, además de Zoltán Kövecses, Günter Radden, entre otros.

En este punto, Barcelona subraya que la mayoría de lingüistas no han cubierto el desarrollo en las investigaciones sobre la motivación de la metonimia de la mayoría de las metáforas en cuanto a las emociones, ya sea la amargura, la felicidad, tristeza, amor, orgullo, etc. dentro de las bases de las respuestas fisiológicas o conductuales hacia las emociones.

"Por ejemplo, un efecto fisiológico de las emociones que está frecuentemente metonimizado, de acuerdo a todos los estudios, es lo que se podría ser llamado AFFECTED HEART RATE, *Ritmo de corazón afectado*, (el ritmo del corazón, del cual se cree cambia como resultado de un impacto emocional fuerte, se basa en la emoción): Su corazón paró cuando la vio. La metonimia está al menos parte de la motivación de la metáfora como THE HEART IS A LOCUS FOR EMOTIONS, *el corazón es el lugar para las emociones*: Su corazón estuvo lleno de pena. Un ejemplo de un mapeo metonímico de un efecto conductual de la función de la emoción (tristeza) como motivación conceptual de una metáfora (SADNESS IS DOWN, *La tristeza es abajo*)". (Barcelona, 2003: pp. 33)

Por otro lado, Loius Gossens (1990), otra investigadora en la lingüística cognitiva, acuñó la expresión 'metafonimia', es decir un campo de extensiones metonímicas, las cuales muchas de ellas *preceden* a la metáfora. Esta investigación se refiere "a dos patrones frecuentes de interacción entre la metáfora y la metonimia: *metáfora desde la metonimia* y *metonimia dentro de la metáfora*. (Barcelona, 2003: pp. 34).

En este sentido, Louis Goossens⁴ indica en la introducción referida a esta investigación que, a pesar de que las principales metáforas y metonimias son procesos cognitivos distintos, al parecer, estos tropos no son mutuamente excluyentes del todo debido a que ambos procesos se pueden combinar en favor en las expresiones de lenguaje natural.

En este punto, tanto Goossens como Taylor parecen coincidir con sus observaciones de tal manera que sí hay una interacción viva y correlativa entre estos dos tropos. Dentro de este llamado proceso de interacción, Antonio Barcelona también coincide con Goossens, pero éste realiza su propio patrón de clasificación de las cuales se dividen en dos tipos: Interacción en el nivel conceptual y co-creación de instancias puramente textual de la metáfora y la metonimia en la misma expresión lingüística.

“El tipo más importante para los propósitos en las definiciones es el primero, i.e. interacción a nivel conceptual. Yo lo discuto en primer lugar. Hay dos importantes subtipos de interacción metáfora-metonimia en este nivel: a) La motivación conceptual metonímica de una metáfora. b) La motivación conceptual metafórica de una metonimia”. (Barcelona, 2003: pp. 241)

Por otro lado, dentro del tema de la interacción entre la metáfora y metonimia surgen las investigaciones de George Lakoff y de Zoltán Kövecses quienes “proveen un impresionante análisis metafórico sobre la ira en ‘Women, Fire, and Dangerous Things (Lakoff, 1987: pp. 380-416). Este análisis revela el mapeo requerido entre modelos folklóricos de calor modelos de ira...” (Barcelona, 2003: pp.136)

En este sentido se expone el siguiente cuadro, extraído de ‘Metaphor and Metonymy at the Crossroads’:

“La metáfora y la metonimia definen los siguientes tipos de correspondencia:

Tabla 1. Correspondencias Conceptuales en la metáfora LA IRA ES CALOR y en las emociones de conexiones metonímicas para los efectos fisiológicos.

⁴<http://www.degruyter.com/view/j/cogl.1990.1.issue-3/cogl.1990.1.3.323/cogl.1990.1.3.323.xml?format=INT>

1.- SOURCE <i>Fuente</i>	TARGET <i>Objetivo</i>	
“eventos físicos”	emociones	fisiológico
Recipiente	persona	persona
Calor	ira	cuerpo caliente
Echar chispas	transpiración	rojez
Explotar	explotar con ira extrema	temblor agudo, pérdida del control fisiológico
Punto de ebullición	grado más alto de emoción	

2.- Correspondencias en la red conceptual de Integración LA IRA ES CALOR

SOURCE <i>Fuente</i>	BLEND <i>Mezcla</i>	TARGET <i>Objetivo</i>	
Espacio de entrada 1	Espacio de mezcla	Espacio de entrada 2	Espacio de entrada 3
“eventos físicos”		“emociones”	“fisiología”
Recipiente	persona/recipiente	persona	persona
Orificio	oídos/orificio		oídos
Calor	calor/ira	ira	cuerpo caliente
Echar chispas/humo	echar chispas/humo	signo de ira	sudoración, rojizo
Explosión	explosión	muestra de ira extrema	temblor agudo,
Punto de ebullición	ebullición/el más alto	grado más alto	“Pérdida de control de fisiológico”
	grado de emoción	de emoción”	

(Barcelona, 2003: pp. 136)

2.4.5.- El color rojo como atributo metafórico (y el significado del blanco, negro, azul y amarillo)

En este capítulo, intentaremos aproximarnos hacia el significado de los colores, concretamente, hacia el color rojo, ya que éste aparece como principal atributo metafórico en casi todas las portadas, además de formar parte de la iconografía de la marca que lleva el nombre del diario.

Por tanto, tomaremos como punto de partida a los críticos y teóricos del arte, autores clásicos como E.H. Gombrich, en ‘Meditaciones sobre un caballo de juguete’; Rudolph Arheim, ‘Arte y percepción visual’, hasta Eva Heller, socióloga y psicóloga, y de cuya famosa obra, ‘La psicología del color’, es parte importante para establecer observaciones paralelas, conjeturas y asociaciones con otros autores tanto clásicos como modernos.

¿En qué momento en la historia del color se le ha asignado un nombre como tal y lo que es más importante bajo qué parámetros?, Los antropólogos Brent Berlin y Paul Kay desmienten cualquier suposición subjetiva para tal efecto. En sus investigaciones indican que los nombres de colores no proceden de una selección arbitraria debido a que “la nomenclatura más elemental distingue únicamente entre oscuridad y claridad, siendo clasificados todos los colores conforme a esa dicotomía simple” (Arheim, 2013:336).

“Los hallazgos de Berlin y Kay confirman las observaciones de otros autores anteriores, que sobre la base de informes antropológicos y textos literarios como los poemas de Homero habían descubierto que en algunas civilizaciones parecían faltar nombres de colores. El rojo estaba bien representado, pero había una deficiencia de verdes y azules. Algunos de aquéllos exploradores llegaron a sugerir la insostenible teoría que, dentro de la evolución biológica, la retina humana había empezado por responder solamente a los colores de onda larga...” (Arheim, 2013: pp.337)

No obstante, Aristóteles fue el primero en establecer que todos los colores nacen de la mezcla con los cuatro colores provenientes de la naturaleza, como es la tierra, el agua, el fuego y el cielo, indicando además la función de la luz y de la sombra sobre éstas, luego está

Leonardo Da Vinci, quien define el color como propio de la materia y le agrega la escala de colores básicos, (el blanco como primer color, luego el amarillo, verde, azul, rojo y negro, en ese orden) hasta Isacc Newton y Wolfgang Von Goethe, entre otros.

En este contexto, se le considera a Johann Wolfgang Von Goethe como el primer intelectual en desarrollar una teoría del color que traspasa la hermenéutica de la ciencia, y quien a diferencia de Newton que define los colores a través de la descomposición de la luz, Goethe le agrega otro elemento más que es la percepción humana y que por tanto, el efecto fisiológico en los hombres depende de la percepción subjetiva de cada uno.

Actualmente, Eva Heller sostiene que los colores sí condicionan al hombre y que la causa de ello radica en la multidiversidad de sus interpretaciones asociativas con la propia naturaleza del hombre. Por tanto, se puede deducir que los colores son simbólicos, y que como tal tiene su origen en premisas establecidas en lenguajes de estructuras semánticas no verbales dentro de la sociedad.

Por ejemplo, el color blanco en líneas generales, representa la pureza, la castidad, la paz; sin embargo, el uso del blanco también es propio en los funerales en el oriente (Japón), muy diferente en países de occidente donde se utiliza el color negro como símbolo de duelo, luto, dolor. El azul por ejemplo tiene diferentes connotaciones de acuerdo al lugar. Por tanto, más allá de la universalidad de los colores, en este caso, los colores también son contextuales.

“...El azul aplicado a personas tiene en Alemania un sentido más bien negativo. Quien en Alemania sale de algún lance con un ‘ojo azul’ (amorado), en Inglaterra lo hace con un blackeye. Que a alguien se le haya ‘azulado’ alguna parte de su cuerpo no siempre significa que haya recibido una paliza o que haya sufrido un accidente.// Los ojos azules son hoy para nosotros los más hermosos en cuanto al color, pero curiosamente, en las pinturas antiguas nadie tiene los ojos azules, ni siquiera las Vírgenes. Los chinos los encuentran feos, pues en Asia no se consideran naturales...En la Opera de Pekín, la cara maquillada de azul es la caracterización tradicional del personaje malvado y cruel. En el simbolismo cromático chino hay cinco colores principales: amarillo, rojo, verde, negro y blanco –el azul está excluido-. Para los chinos, el verde está, naturalmente, por encima del azul, pues el verde contiene el amarillo, el color supremo – Amarillo 14”. (Heller, 2008: pp. 49)

En el caso del color rojo, por ser el color de la sangre, su origen principal queda sentado en la parte biológica humana y que debido a esa connotación sus efectos son altamente perceptivos en el campo antropológico, psicológico y social, ya que en “muchas culturas, la sangre es la morada del alma. En todas las religiones primitivas eran comunes los sacrificios con derramamiento de sangre. Para contentar a los dioses se sacrificaban no sólo animales, sino también, y como la ofrenda más valiosa, la sangre joven de niños”. (Heller, 2008:pp. 55)

Por tanto, *el rojo* es el más vigoroso de los colores porque otorga fuerza y vida (Heller, 2008: pp. 55), así como también se ofrece como metáfora de todo lo que sea estridente y violento (Gombrich, 1988:13), por consiguiente, la interpretación de los colores y de la luz es antropológica; tales percepciones, son como toda percepción, cultural pero que quizás nos parecen ser más natural que otras cosas que son obvias. (Joly, 1999: pp. 110).

En ‘Observaciones sobre los colores en certeza’, del filósofo alemán, Ludwig Wittgenstein, los colores en general tienen un propio lenguaje, una propia semántica, así lo mencionan en el artículo ‘Del rojo al verde’ de Paul Wolf: “a juicio de Ludwig Wittgenstein, representan propiedades de objetos, circunstancias, relaciones” (Wolf, 2010:342). En este sentido, coincide con el filósofo español José Manuel Marina, en cuanto a su aspecto léxico al indicar que el color es “un dominio semántico de extraordinario interés porque permite estudiar con precisión los tres niveles del lenguaje: la segmentación léxica, (es decir la manera como se han dividido los colores para nombrarlos), la percepción subjetiva (el significado, la experiencia designada) y el fenómeno físico (referente). (Marina, 1999: pp.191-195).

Más allá de la propia semántica y de los efectos fisio-psicológicos que puedan provocar en el hombre, los colores actúan como elementos transtéticos, ya que transportan signos semióticos (Immanuel Kant, ‘Crítica al juicio’ en Wolf: 2010:342), el mismo que tiene origen en su parte simbólica -como se indicó párrafos atrás-, y que por lo tanto tiene que ver más con acepciones metafísicas que racionales. Por tanto, el color es un signo, es un símbolo, y al mismo tiempo tiene un alto poder metafórico porque trascienden la lógica,

proyecta un significado a partir de analogías adversas, funcionando tanto a nivel semántico, en cuanto a sus referentes y representaciones mentales (lenguaje), hasta como vehículo cognitivo no verbal.

Durante el impresionismo, al color negro por ejemplo, no se lo reconoció como tal aunque, Auguste Renoir –el pintor fundador del impresionismo- lo llamase a éste como <<el rey de los colores>>; aun durante la época de los inicios de la fotografía en donde la figura de lo claro y oscuro eran lenguajes claves, el negro seguía siendo una forma <<no considerable>> de color. Tal y como señala Eva Heller, el negro en teoría es un color <<sin color>> dado que es el último de los colores después de los establecidos como tal: “Blanco-gris-negro- tal es el espectro de los colores no vivos. El blanco es el principal, y el negro el final. El blanco es la suma de todos los colores de la luz y el negro es la ausencia de la luz. Pero hay un hecho internacional: conforme desaparecen los motivos religiosos el negro va imponiéndose en todo el mundo como el color del duelo”, (Heller, 2008: pp. 127-130)

“El negro invierte todo significado positivo de cualquier color vivo. Esto, que suena tan teórico, es una experiencia práctica elemental: el negro establece la diferencia entre el bien y el mal porque el negro establece la diferencia entre el día y la noche...el rojo acompañado del negro caracteriza lo contrario del amor, el odio...//Siempre que el negro forma parte de un acorde con rojo, amarillo o verde, tal acorde visualiza un sentimiento negativo o una cualidad negativa: amarillo-rojo es el acorde del gozo de vivir, pero el acorde negro-amarillo-rojo es el del egoísmo. La inversión de todos los valores, tal es el efecto más poderoso del negro. (Heller, 2008: pp. 131)

Por tanto, siguiendo con Heller, la autora señala que el color negro tiene también diferentes connotaciones, puede ser tomado como símbolo de luto, de protesta, de sucio, de lo prohibido, de autoridad, hasta ser un icono de la moda: “Agatha Christie describe en sus memorias como todas las jóvenes luchaban porque se les permitiera llevar a su primer baile un vestido de noche negro en lugar del rosa que exigían sus madres. Las madres querían ver a sus hijas como jóvenes encantadoras mientras las hijas querían que las vieran como *femmes fatales*. Sólo los adultos visten negro. (Heller, 2008: pp. 141)

En cuanto al color amarillo, dado que es otro de los colores importantes dentro de esta

investigación, por tanto la autora indica que para el pensamiento occidental no es un color <<bueno>> y establece diferencias con la cultura asiática. En el simbolismo europeo, el amarillo es el color de mala reputación. El amarillo como color político es símbolo de traición; en Asia, el color amarillo es símbolo de felicidad, gloria, de sabiduría, armonía y cultura.

“El amarillo puro es siempre color de algo nuevo y el amarillo sucio se llama también <<amarillo viejo>>. El amarillear es signo de envejecimiento y decadencia.// El mal olor se visualiza en la publicidad con vahos de color amarillo sucio. // Cada raza se ve a sí misma como la coronación de la Creación. Los blancos idealizan el blanco, y para los asiáticos el amarillo es el más bello de los colores- cosa que a muchos europeos les cuesta creer.” (Heller, 2008: 97 y 100)

Volviendo al significado y simbología del color rojo, éste alberga distintas connotaciones, de acuerdo a lo explicado anteriormente, ya que contiene una fuerte dosis socio-cognitiva - desde una perspectiva, además de social y psicológica, también antropológica y biológica y por tanto cultural-, tal vez, más fuerte que en los demás colores.

“El efecto de cada color está determinado por su significado, por la conexión de significados en la cual percibimos el color. El contexto es el criterio para determinar si un color resulta agradable y correcto o falso y carente de gusto. // El simbolismo del rojo está determinado por dos experiencias elementales: el fuego es rojo, y roja es también la sangre. Fuego y sangre tiene en todas las culturas de todos los tiempos, un significado existencial. Por eso, son sus símbolos universales y por todo el mundo conocidos, pues todo el mundo comprende vitalmente el significado del rojo”. (Heller, 2008:18 y 53)

De ahí que es un color muy utilizado en la política y en el desarrollo de procesos sociales importantes; además en la interpretación de los códigos en la comunicación interpersonal y socio-cívico, desde el uso de los semáforos, códigos de alerta o seguridad en la milicia, de peligro o precaución en los gobiernos, para llamar la atención en la publicidad y en la moda. En suma el rojo permanece en el día a día como signo, símbolo y metáfora dentro de una convivencia comunicativa cada vez más rápida, gestual y hasta subliminal. Max Weber señala que “el vocabulario de los colores político-ideológicos es el medio para una

comunicación social que sirve para formar una conciencia colectiva, ósea una socialización política que moviliza y disciplina las masas, sirviendo de instrumento al poder político. (Wolf, 2010: pp.343). Por tanto y a manera de agregar al efecto simbólico y metafórico del color, los otros símbolos y tipos de metáforas (objeto), al estar vestido o cargado del color rojo, estos cobran mayor fuerza en tanto cuanto le sirva en sus funciones de acuerdo a sus roles semánticos, y de cuya origen es inconsciente; por tal característica es altamente perceptivo pero sumado a este color, se doblan los impactos.

“Los símbolos y metáforas surgen entonces como la forma y el lenguaje natural del inconsciente Freudiano. Para Jung, que perfecciona los conceptos de Freud, los símbolos son percepciones que surgen en momentos de apertura de umbrales en la consciencia hacia el inconsciente: son la forma que toma la información que la psique más profunda tiene, para proyectarse hacia la conciencia humana”. (Aladro, 2010:44)

2.4.6.-La metáfora del humor (Arthur Koestler, Julio Cazares, Luigi Pirandello)

En vista de que un gran porcentaje de portadas contienen dosis de humor, intentamos explicar éstas a través de la teoría metafórica del humor. Para ello, hemos escogido a tres autores que consideramos de referencia sustancial por su legado, la forma analítica e inteligente de definir el humor y la comicidad. Arthur Koestler, húngaro de nacimiento, fue un novelista y ensayista, al mismo tiempo periodista quien desarrolla una teoría interesante sobre la creatividad y el humor. Luego, le prosiguen Luigi Pirandello, un consagrado ensayista italiano quien realiza su teoría del humor basada en lo emocional; y como último autor de referencia en este punto, tenemos a Julio Cazares, un estudioso español que revisa y aflora sobre lo que es humor y humorismo, haciendo de ésta una diferencia interesante de catalogar tal fenómeno poderosamente risible.

Para este primer autor, Arthur Koestler, tanto el mundo científico, la creación artística y la invención cómica forman parte de una tríada creativa. En el caso del humor, el autor establece que éste no se produciría sin que exista una bisociación de ideas que nazcan de dos matrices diferentes, y de cuya influencia desemboque en un doble significado o doble

plano referencial, característica fundamental en la base del juego humorístico. Para este autor, la risa es un reflejo de lujo y el humor un reflejo fisiológico.

“La risa es un reflejo, pero único en tanto no parece servir a fin biológico alguno, podríamos decir que es un reflejo de lujo. Su única función útil, según podemos colegir, es aliviar temporalmente las presiones de tipo utilitarista. En la evolución cuando aparece la risa, un factor de frivolidad emerge en un mundo sin humor y gobernado por las leyes de la termodinámica y de la supervivencia del más fuerte...// El humor es el único dominio de actividad creativa en el que un estímulo de alto nivel de complejidad produce una respuesta masiva y claramente definida en el nivel del reflejo fisiológico”. (Koestler, 2002: pp. 196)

A continuación, añadimos un cuadro que el autor presenta para explicar la forma lógica de la risa, donde varía según la tríada creativa entre el humor, la ciencia y el arte, extraído del Libro primero: el bufón, “El acto de la creación

Sonrisa cómica.....	analogía oculta.....	imagen poética
Agudeza.....	epigrama.....	trouvaille
(hallazgo)		
Sátira.....	análisis social.....	alegoría
Personificación.....	empatía.....	ilusión
Caricatura.....	esquematización.....	estilización
Juego de palabras.....	enigma verbal.....	rima
Adivinanzas.....	problema.....	alusión
Desenmascaramiento.....	descubrimiento.....	revelación
Coincidencia.....	desencadenamiento.....	destino
S.A.		
“Bathos”-----	→atajo ←-----	“Phatos”

(Koestler 2002: pp. 191)

“Cada una de las líneas de puntos que atraviesan el tríptico muestra un patrón de actividad creativa representada en los tres cuadros; por ejemplo, la comparación cómica, la analogía objetiva y la imagen poética. La primera se crea para hacernos reír, la segunda para hacernos entender y la tercera para maravillarnos. El patrón lógico de esta actividad creativa es el mismo en los tres casos; consiste en el descubrimiento de las similitudes ocultas. Pero el clima emocional es diferente en los tres casos citados: la risa cómica tiene un toque de agresividad; el razonamiento

científico por analogía es emocionalmente distante, es decir neutral y la imagen poética es simpática y admirativa, inspirada por una emoción de tipo positivo” (Koestler, 2002: pp. 191)

Por tanto, el humor es para Koestler “un único dominio de actividad creativa en el que un estímulo de alto nivel de complejidad produce una respuesta masiva y claramente definida en el nivel el reflejo fisiológico”.

Para el estudioso del humor, el intelectual español, Julio Casares, quien es autor célebre del Diccionario ideológico de la lengua española, hace una diferencia entre humor y humorismo. Al respecto nos dice lo siguiente:

“Cediendo a mi preocupación lexicográfica, empezaré por decir que la acepción de <<humor>> en el sentido que ahora nos interesa no está recogida ni bien ni mal en el Diccionario.//...Figura, en cambio en nuestro léxico la palabra <<humorismo>>, como un <<estilo literario en el que se hermanan la gracia con la ironía y lo alegre con lo triste>>. No está mal como primera aproximación, y mientras nos vamos poniendo de acuerdo acerca del verdadero significado de los términos, podemos utilizar el vocablo <<humor>> para designar el sentimiento subjetivo, y reservar para sus manifestaciones objetivas el nombre de <<humorismo>>. El <<humor>>, pues será para nosotros una disposición de ánimo, algo que nos trasciende del sujeto que contempla lo cómico, y llamaremos <<humorismo>> a la expresión externa del humor, mediante la palabra, el dibujo, la talla, etc.” (Casares, 2002: pp. 170)

Por tanto, el humor - que está presente en el hombre desde comienzos del mundo- el humor viene a ser muy personal, antropológico, personal y fisiológico; es tan humano y ancestral como los instintos básicos y las actitudes psicológicas que acompañan al ser humano a lo largo de su vida.

Según Casares, dos de las principales características del humor es tener compasión de las personas que son objeto de la sátira, esto quiere decir que es necesario ser solidario con aquéllas víctimas para ponerse en la piel de aquéllos. Lo segundo, es tener una proyección de lo particular a lo genérico.

Y es precisamente en este punto, el de la proyección, en el que coincide con una de las bases teóricas cognitivas de la metáfora (Lakoff & Johnson). Por tanto, el interior del humor es también proyectivo porque es esencialmente esquemático y además va más allá del pensamiento.

En este sentido, Eva Aladro, en su artículo, ‘El humor como medio cognitivo’, refiere lo siguiente:

“En el humor es vital la esquematización, de acuerdo con el significado integral de esta palabra. Formar esquemas cognitivos (BARTLETT, 1932; VAN DIJK, 2001) es la actividad básica de la mente, asociando o integrando las estructuras en que los elementos sensoriales se perciben, y seleccionando un diagrama simple de fuerzas (ARNHEIM, 1998), que siempre es esquemático, simple//Asociada al humor está la formalización extrema, la tipificación o ritualización de un contenido, bien porque el humor la produce, bien porque parte de su existencia. Así, los chistes suelen basarse en situaciones, actividades o conductas donde se da un alto grado de esquematización o formalización ritual, como los mundos de la religión, el ejército, el matrimonio, la familia, las razas, los rituales sociales e interpersonales, etc.”. (Aladro, 2002: pp. 318)

Sin embargo, la propiedad más importante para que el humor cobre vida yace en el arte de la materia origen, en la forma en la que el hombre adopta su posición ante la vida. Al respecto, Julio Casares, dice lo siguiente:

“El humor es la interpretación sentimental y trascendente de lo cómico; porque no todo lo que es mundo o vida –el curso de los astros, la borrasca con su naufragio, o el dolor de una madre que pierde a su hijo- se presta a ser objeto del humor. Y añadiré que éste, a mi juicio, no es, como vienen sosteniendo los filósofos, una variedad de lo cómico sino un fenómeno estético más complejo, un proceso anímico reflexivo, en el que entra como materia prima e inmediata es el sentimiento cómico en cualquiera de sus múltiples formas”.(Casares, 2002: 175-176)

Por consiguiente, el humor tiene una naturaleza básica cognitiva. Su aspecto de por sí ambivalente hace que sea difícil catalogarlo como algo meramente risible, sino más bien es un concepto que conlleva a una suerte de pensamiento perceptivo que incluye reflexión y

sensibilidad. De ahí, su naturaleza humana que al mismo tiempo la eleva en su más alta expresión.

Por tanto, el humor requiere también de una meditación. Su matriz principal parte de un sentimiento a partir de otro sentimiento encontrado. Así lo refiere, el dramaturgo, poeta y ensayista universal italiano, Luigi Pirandello. Su teoría se basa en el aspecto emocional porque conceptualiza al humor como el resultado de la contraposición de dos sentimientos que suscita la reflexión activa durante la lectura de una obra o situación.

En su obra, ‘Esencia, caracteres y materia del humorismo’, dice lo siguiente:

“Veamos ahora un ejemplo más complejo, en el que la especial actividad de la reflexión no se descubre así a primera vista. Tomemos un libro del que ya hemos hablado: el *Quijote* de Cervantes. Queremos juzgar su valor estético. ¿Qué haremos? Después de la primera lectura y de la impresión que nos haya causado, tendremos en cuenta, además, el estado de ánimo? Nosotros quisiéramos reírnos de todo lo que hay de cómico en la representación de ese pobre loco que disfraza con su locura a sí mismo, a los demás y a todas las cosas; quisiéramos reírnos pero la risa no acude a nuestros labios pura y fácil; sentimos que hay algo que nos las turba y obstaculiza; es una sensación de pena, de conmiseración e incluso de admiración, sí, porque si bien las heroicas aventuras de ese pobre hidalgo son ridículísimas, no hay duda, sin embargo, de que él, en su ridiculez, es verdaderamente heroico. Tenemos una representación cómica, pero de ella emana un sentimiento que nos impide reír o nos turba la risa que la comicidad representa; nos las amarga. A través de lo cómico, tenemos, en este caso también, el sentimiento de lo contrario. (Pirandello, 2002: pp. 95-97)

Por otro lado, si el humor son dos sentimientos en contraposición, que nace de algo muy personal y subjetivo; el humorismo vendría a ser algo más objetivo y moderno en comparación con el humor. Así lo manifiesta, Casares:

“...hay que reconocer que el humorismo como técnica empleada es de fecha muy reciente, aunque ya hacia la segunda mitad del siglo XIX comenzó a infiltrarse en diversos géneros literarios, como prueba los trabajos críticos de Valera, las novelas de Palacio Valdés, muchas páginas de la primera época de Azorín y los artículos de aquel otro Fernández Florez, *Fernanflor*, a quien no sería justo olvidar; pero aún subsiste una lamentable confusión de conceptos entre los simplemente cómico o festivo, lo irónico, los satírico y lo específicamente humorístico”. (Casares, 2002:

pp. 174)

Siguiendo a Koestler, el humor es para él como se dijo al principio, un acto doble:

“He acuñado el término bisociación entre las rutinas habituales del pensamiento que transcurren en un solo <<plano>> y el acto creativo que como intento de demostrar, opera siempre en un más de un solo plano. El principio de estos actos se puede calificarse de mentalmente simple, y el segundo de mentalmente doble, un estado transitorio de equilibrio inestable en el que el balance de emoción y pensamiento se ve alterado”. (Koestler, 2002: pp. 199)

Tanto, Koestler, Cazares y Pirandello señalan que el humor proviene de una bisociación o doble matriz o plano múltiple de significación; el mismo que arraiga discursos o tesis que convencionalmente no se abordarían en un contexto serio y formal pero que a través del humor sí se abordaría.

En este punto se vuelve hacer hincapié en el uso de la creatividad y la capacidad de la mente humana, porque está en continuo trabajo e incubación y proyección, una metáfora hilarante propia del ser humano como la misma psicología con la que nacemos. En este sentido Eva Aladro subraya lo siguiente:

“El humor pues parece construir representaciones analógicas, imágenes fundamentalmente, en su proceso de comunicación. En realidad también existe una digitalización, esquematización o simplificación absoluta de la realidad con la que jefa la forma humorística, que se encuentra en muchas ocasiones ya ritualizada en las convenciones sociales humanas y que es desmontada o revisualizada en la convenciones sociales humanas a través del efecto analógico, icónico del humor. En este último término, el humor nos indica que el cerebro trabaja, para producir o comunicar, con representaciones analógicas, la base última el razonamiento. De estas imágenes el cerebro extrae elementos nuevos, que generan otras representaciones, pero cuya capacidad esquemática, estructural, aprovecha también por su rapidez, automatismo y condensación informativa”. (Aladro, 2002: pp. 321)

2.4.6.1.- Otra forma de metáfora en el humor: la risa en la ironía, la sátira y la caricatura en la sociedad y política

Nuestros puntos de referencia en este subcapítulo en cuanto a la ironía y la caricatura, es William Hazlitt, Henri Bergson, Mijael Batjín y Henri Bergson, debido que creemos que sus conceptos encierran parte de la esencia del porqué nos reímos de lo irónico, de una caricatura o simplemente porqué nos comportamos de esa manera frente a lo que nos causa risa, más allá de lo risible o burlesco.

Tanto la ironía como la sátira juegan un papel importante en la prensa, y éstas han servido como medio para establecer también un humor fino y/o de comicidad que tiene que ver con aspectos socioculturales inmersos en la vida cotidiana desde siempre.

En este sentido, hablar de la ironía o de la burla, es casi como decir que se ha producido un malentendido. William Hazlitt, escritor inglés, considerado como un teórico célebre por sus investigaciones sobre el humor, manifiesta que la base en este tema son por frecuencia los malentendidos, aludiendo que la simplicidad en este término de *malenendus*, atrae la sátira y que “son una fuente más de humor cómico, por el mismo principio de ambigüedad y contraste...” (Hazlitt, 2002:76) en Cuadernos de Información y Comunicación CIC.

En este punto, Hazlitt coincide de alguna forma con la teoría del humor de Koestler, explicado en el anterior capítulo, dado que son fenómenos bisociativos y contradictorios, y que por tanto es la base perfecta para el humor y para que se produzca el efecto de la risa. “...es el contraste entre la apariencia y la realidad, la suspensión de la creencia y la incongruencia que nos engaña, lo que da lugar al ridículo y lo acentúa cuando se salva la primera impresión”. (Hazlitt, 2002:pp. 77)

Aquí se está refiriendo también a la caricatura, dado que es un contraste de lo que parece ser y no es en una imagen, como diría Henri Bergson en sus ensayo ‘La risa, ensayo sobre el significado de la Comicidad’, lo humano es poderosamente risible:

“No hay comicidad fuera de lo propiamente humano. Un paisaje podrá ser hermoso,

armonioso, sublime, insignificantes o feo, pero nunca risible. Nos reiremos de un animal, pero porque habremos descubierto en él una actitud descubierta en él una actitud de hombre o una expresión humana. Nos reiremos de un sombrero; pero no nos estaremos burlando del trozo de fieltro o paja, sino de la forma que le han dado unos hombres, del capricho humano que lo ha moldeado. ¿Cómo es posible que algo tan importante, en su sencillez, no haya llamado más la atención de los filósofos? Varios han definido al hombre como “un animal que sabe reír” También podrían haberlo definido como un animal que hace reír, pues si algún otro animal lo consigue, o algún objeto inanimado, es por un parecido con el hombre, por la marca que el hombre le imprime” (Bergson, 2011: pp.10)

Es decir, la ironía en el discurso así como la caricatura son mensajes contradictorios que chocan entre lo que es y lo que parece ser, porque no sigue una línea recta de discurso y que más bien se ramifica en todas las direcciones entre las cuales se pierde el sentido común. (Hezlitt 2002, Koestler, 2002).

Por su parte, Silvia Hernández de Muñoz, en su artículo, ‘Especies del humor’⁵ como parte de su tesis sobre este tema, hace una diferenciación entre humor humorístico, humor satírico y humor irónico. En él, la autora pone como referencia a Ramón Gómez de la Serna, de cuyo artículo, ‘*Gravedad e importancia del humorismo*’, rescata en sus propias palabras que el humorismo no propone “corregir o enseñar pues tiene ese dejo de amargura del que cree que todo es un poco inútil”. Siguiendo a Hernández, manifiesta que el humor satírico “expresa indignación hacia alguien o algo, con propósito moralizador, lúdico o meramente burlesco”; en cuanto al humor irónico, éste se presenta como un vehículo no moralizador, puesto que tiene pérdida la fe, pero al mismo tiempo es consciente de lo absurdo.

Por otro lado, cuando se refiere sobre la metáfora en la caricatura, E.H. Gombrich, autor de diversos ensayos sobre teorías del arte, manifiesta que existe esta posibilidad dado que está relacionada con la ciencia fisiognómica⁶. El empleo de los trazos y de la técnica, y la forma

⁵‘Especies del humor’ (Hernández, 2012) : <http://www.monografica.org/03/Art%C3%ADculo/4722>

⁶ Aunque algunos la consideren como pseudociencia; es una especie de ciencia de estudio del alma, que trata de vincular el aspecto exterior con el aspecto interior. **Aristóteles** lo establecía como un estudio de signos corporales y/o transitorios del cuerpo que indicaban signos corporales y/o transitorios del alma. A finales del siglo XVIII, el filósofo alemán **Gaspar Lavater** con la ayuda de **Herder y Goethe**, relaciona los rasgos faciales con los rasgos psicológicos. Para **Gombrich** el tener una percepción fisiognómica ayuda a entender

bisociada con que se dibuja al hombre que ya no parece tal cual por su forma distorsionada, y punto éste, en el cual coincide también con la teoría del humor de Koestler- ya antes mencionado en el capítulo anterior- y que dan por establecido a la figura de la caricatura como un hecho doblemente metafórico.

En ese sentido, Gombrich, en ‘Meditaciones sobre un caballo de juguete’, dice lo siguiente:

“Los inventores del retrato de la caricatura...eran artistas académicos de elevada posición que elaboraron el retrato burlesco para hacer rabiar a sus amigos. Creo que su inspiración provino de la llamada ciencia fisiognómica, que había insistido mucho en la comparación entre tipos humanos y ciertos animales. El hombre de nariz aguileña sería noble, el hombre de cara aborregada borreguil.” (Gombrich, 2006: pp. 134)

En este sentido, en lo que respecta a la caricatura dentro del contexto de la política, se sabe que se tiende a ridiculizar al enemigo u oponente político. Estos casos han sucedido y suceden en la prensa. Esa forma de degradación apunta hacia algo interior en el ser humano, se podría decir casi instintivo, y que se extrapola en un sentimiento llamado risa. Por tanto, el humor no tiene explicación pero sí corresponde a un efecto tanto personal pero que se acerca más a una característica e imaginario social.

Esto quiere decir que la caricatura es una especie de conglomerado de combinaciones simbólicas que asemejan pero con cierta degradación al original. La caricatura como parte del humor se relaciona más con aspectos y formas de pensar de la sociedad como cultura.

En este sentido, para comprender un poco más sobre la risa como efecto en la población tendremos como referente a Mijael Batjín y a Henri Bergson, ambos filósofos quienes se interesaron por las causas y efectos de la risa.

Batjín por ejemplo, en ‘La cultura Popular en la edad Media y en el Renacimiento’, explora

ciertos aspectos sobre cuestiones más artísticas e intrapersonales; es un modo de observar ciertos *signos* a través de una percepción más inmediata. “Las metáforas de nuestro lenguaje atestiguan la facilidad con que trasladamos esa percepción fisiognómica a campos aún más apartados de su aplicación racional: hablamos de colores alegres o de sonidos melancólicos”. Desde ese punto de vista las metáforas son “vínculos no rotos...”. (Gombrich, 2002:48), “Meditaciones sobre un caballo de madera”.

los orígenes y causas del humor en la sociedad medieval y renacentista, y que intenta descubrir el comportamiento de la sociedad en general actual con respecto al humor y todos los matices que contiene este fenómeno. Por tanto, analiza tales características de la gente dentro de lo que se puede llamar cultura popular en los años de la edad media y del renacimiento, y las describe como formas infinitas de actuar de la gente con respecto a la risa que se contraponen ante lo políticamente correcto dentro de la sociedad feudal y el clero.

El autor explica tres formas de comportamiento frente a la risa durante las fiestas populares de los carnavales de la edad media y renacentista que proyectan dentro de su diversidad un mismo aspecto cómico del mundo que están estrechamente interrelacionadas y se combinan entre sí.

- “1) *Formas y rituales del espectáculo* (festejos carnavalescos, obras cómicas representadas en las plazas públicas, etc.);
- 2) *Obras cómicas verbales* (incluso las parodias) de diversa naturaleza: orales y escritas, en latín o en lengua vulgar;
- 3) *Diversas formas y tipos del vocabulario familiar y grosero* (insultos, juramentos, lemas populares, etc.)”. (Batjín, 1987: pp. 7)

“El carnaval celebra el aniquilamiento del viejo mundo y el nacimiento de uno nuevo, del año nuevo, de la nueva primavera, del nuevo reino. El viejo mundo aniquilado es dado junto con el nuevo, es representado con él, como la parte agonizante del mundo bicorporal único. Esta es la razón por la cual las imágenes del carnaval ofrecen tantas cosas invertidas: rostros al revés, proporciones violadas a propósito. Esto se manifiesta ante todo en los vestidos: hombres disfrazados de mujeres y viceversa, trajes puestos al revés, vestidos de la parte superior puestos en el lugar de los de la parte inferior, etc. Una descripción de un caballero del siglo XVI dice: «En todos sus vestidos han colocado lo de delante, atrás.» (Batjín, 1987: pp. 341)

En contraposición con Batjín, exponemos lo siguiente de Bergson, en *La risa*. ‘Ensayo sobre el significado de la comicidad’:

“La risa debe ser algo así, una especie de gesto social. Por el temor que inspira, reprime las excentricidades, mantiene siempre alerta y en contacto recíproco ciertas

actividades accesorias que podrían aislarse y dormirse, flexibiliza cualquier resto de rigidez mecánica que pueda quedar en la superficie del cuerpo social. La risa no es, pues, una cuestión de estética pura, ya que persigue (de forma inconsciente e incluso inmoral en muchos casos especiales) un objetivo útil de perfeccionamiento general”. (Bergson, 2011: pp. 19)

En este sentido, para Batjín, la risa es una manifestación alegre de la sociedad popular y de cuya risa se concentra el poder y su fuerza liberadora; mientras que para Bergson, es la consecución de todos los actos en favor de una sociedad, de alguna manera, mejor.

2-5.- El lenguaje de Roland Barthes en la fotografía

‘La Cámara Lúcida’ fue el último trabajo de Roland Barthes (1979) y por tanto uno de los más emblemáticos en cuanto a sus interpretaciones eclécticas hacia un análisis de la imagen en la fotografía. De pensamiento y formación en la corriente del ‘Estructuralismo’, los aportes del lingüista y semiólogo francés en este campo quedan reflejados en esta obra que transgrede los conocimientos de la técnica formal de la fotografía y de la percepción iconografía como tal, para trasladarlos hacia un terreno interpretativo más subjetivo y sensible, contruidos en base también a conceptos y enfoques de autores como Proust, Nietzsche, Pierce, Sartre, entre otros; de tal manera que la fotografía le representa para él una fenomenología que juega entre lo vago, introspectivo y ciertamente teatral al compararlo con la parafernalia de la muerte.

“...Me embargaba con respecto a la Fotografía, un deseo <<ontológico>>: quería costase lo que costara saber lo que aquélla era <<en sí>>, qué rasgo esencial la distinguía de la comunidad de las imágenes. Tal deseo quería decir que en el fondo, al margen de las evidencias procedentes de la técnica y del uso, y a pesar de su formidable, expansión contemporánea, yo no estaba seguro de que la Fotografía existiese, de que dispusiese de un <<genio>> propio”. //... En esta búsqueda de la Fotografía, la fenomenología me prestaba, pues, un poco de su proyecto y un poco de su lenguaje. Pero se trataba de una fenomenología vaga, desenvuelta, incluso cínica, de tanto que se prestaba a deformar o esquivar sus principios según las necesidades de mi análisis.//...y luego, mi fenomenología aceptaba comprometerse con una fuerza, el afecto...” (Barthes, 1989: pp.27-28 y pp. 50-51)

Tal percepción ontológica o metafísica cobra su mayor representatividad en el *noema*, <<Esto ha sido>>; es decir a su relación intrínseca con su referente fotográfico. “Llamo <<referente fotográfico>> no a la cosa, facultativamente real a que remite la imagen o un signo, sino a la cosa necesariamente real que ha sido colocada ante el objetivo y sin la cual no habría fotografía”. (Barthes, 1989: pp. 120). No obstante, esta observación también tiene su origen en el imaginario de Jean Paul Sartre, puesto que no sólo le dedica la primera parte de su libro al filósofo francés sino que además aplica las mismas analogías y reflexiones en cuanto a la percepción del objeto de la imagen y de su relación con el conocimiento y la conciencia, de ahí también deriva el estado de su fenomenología.

“La imagen está definida por su intención. De manera que, en la conciencia imaginante, sólo por abstracción se puede distinguir el saber de la intención. La intención se puede distinguir el saber de la intención. La intención no se define sino por el saber, porque en imagen sólo se representa lo que se sabe de una manera cualquiera y, recíprocamente, el saber aquí no es simplemente un saber, sino que es acto, es lo que quiero representarme. Una imagen no podría existir sin un saber que la constituya. Es la razón profunda del fenómeno de casi-observación. El saber, por lo contrario, puede existir en estado libre, es decir, construir por sí solo una conciencia”. (Sartre, 1976: pp. 11)

Por otro lado, Barthes, en esta obra, fue criticado por diversos autores al calificarlo como ostentoso en cuanto a su exposición en primera persona, sobre todo referente a sus observaciones -como se dijo al principio de este capítulo- en base a sus experiencias emocionales a través de sus conocimientos semiológicos, literarios, filosóficos, y otros.

En este sentido, de la representatividad del <<Esto ha sido>>, se puede deducir también que tiene su origen en uno de los conceptos de Pierce sobre el índice. Por tanto, Barthes toma prestado dicha noción pero lo llama, *certificate of presence*, certificado de presencia, de ese algo que certifica que <<esto ha estado ahí>>.

Para Margaret Ollin, cuyo artículo, ‘Touching photographs: Roland Barthes’s “mistaken” identification’, fue publicado por la Universidad de la Prensa de California en 2002; para esta autora, ‘La Camera Lucida’ comienza con la idea de un índice fotográfico, y al mismo tiempo, utiliza una estrategia heredada de su obra anterior, ‘La retórica de la Imagen’, pero

de manera diferente, para luego desplazar tales conceptos en una dirección agonizante o desesperante.

“Barthes (el autor en contraposición al narrador de la Cámara Lucida) había desarrollado una teoría de la fotografía en función de su naturaleza *indicial* en su ensayo, ‘Retórica de la Imagen’, 1964. Esa teoría se construyó en los previos escritos acerca de la naturaleza de un ‘mito moderno’, en el cual Barthes examinó los mitos del día a día que sostienen la identidad de una comunidad: El Tour de Francia, La Torre Eiffel, el menú francés”. (Ollin, 2002: pp. 99-100)

En la teoría de la ‘Retórica de la Imagen’, se examina “la extraordinaria idoneidad de la fotografía para la construcción de mitos a través de un anuncio de salsas y pastas envasadas” de un anuncio publicitario de la compañía Panzini, la misma que establece el componente de *italianidad*, que así lo llama, tanto por la marca como por los colores de los pimientos verdes y tomates rojos. Tal concepto de *italianidad* tiene que ver con el concepto de índice del cual Barthes se prestó de Pierce y que lo aplica de nuevo en ‘La Cámara Lucida’. Al respecto, Margaret Ollin alude que “la connotación de Italianidad consigue un viaje gratis en cuanto a la indexicalidad; parece estar en la fotografía a lo largo de los pimientos verdes. Toda este parecido le otorga al mito – que uno puede obtener frescura e italianidad fuera de una lata-su fuerza persuasiva”. (Ollin, 2002: pp. 100)

Cabe decir entonces, que el noema tiene que ver con la indexicalidad, de esa huella que pone de manifiesto el <<esto ha sido>>. Sin embargo, esta observación – como se mencionó en un comienzo- no sólo concierne a la constatación del *noema*, la esencia de la fotografía, sino también a la realidad irreductible del ser fotografiado (en el caso de retratos de figuras humanas) con la muerte, tanto física como no física. En este último punto, Barthes relaciona a la fotografía con la muerte que se experimenta en el teatro.

“Sin embargo, no es (me parece) a través de la Pintura como la Fotografía entronca con el arte, es a través del Teatro. //...si la foto me parece estar más próxima al Teatro es gracias al mediador singular (quizás yo sea el único en verlo así): la Muerte. Es conocida la relación original del Teatro con el culto de los Muertos: los primeros actores se destacaban en la sociedad representando al papel de los Muertos; maquillarse suponía designarse como un cuerpo vivo y muerto al mismo tiempo: busto blanqueado del teatro totémico, hombre con el rostro pintado del teatro chino...//...Y

esta misma relación es la que encuentro en la Foto; por viviente que nos esforcemos en concebirla (y esta), la de un malestar de muerte), la pasión por <<sacar vivo>>no puede ser más que la denegación mítica de un malestar de muerte), la Foto es como un teatro primitivo, como un Cuadro Viviente, la figuración del aspecto inmóvil y pintarrajeado bajo el cual vemos a los muertos”. (Barthes, 1989: pp. 64-65)

Natalie Bell, autora del artículo **‘Releyendo la Cámara Lucida, mirando a Barthes a través de Víctor Burgin**, señala que para Barthes, la experiencia de ser fotografiado significa una ‘sensación de inautenticidad’, caracterizada como- en palabras del propio Barthes- “un momento sutil, cuando, a decir verdad, no soy si sujeto ni objeto pero sí un sujeto quien siente que se está convirtiendo en un objeto: Entonces, experimento una micro versión de la muerte”. (Bell, 2007: pp. 8)

En efecto, como dice Barthes, ese robo de su figura o de su rostro, es una suerte de *trastorno de propiedad*, el cual lo transforma entre sujeto y objeto, y específicamente en el Foto-retrato, el autor hace del imaginario cuatro referentes que se cruzan.

“Ante el objetivo soy a la vez: aquel que creo ser, aquel que quisiera quecrean, aquel que el fotógrafo cree que soy y aquel de quien se sirve para exhibir su arte...y es por ello por lo que cada vez que me hago (que me dejo) fotografiar, me roza indefectiblemente una sensación inautenticidad...” (Barthes, 1989: pp.42)

Dentro de toda esa gamma de inquietudes personales sobre la imagen, se extrae la base de conceptos *barthesianos* de los cuales se busca la justificación de la existencia de la Fotografía analizados desde la lectura del emisor, es decir el fotógrafo de quién Barthes lo llama *Operator*; la lectura del receptor de la imagen, en este caso *Spectator*; y el *Spectrum*, que no es más que el *blanco* o el objetivo de toda fotografía, la imagen que se observa a través del agujero de la cámara, la misma que está relacionada con el espectáculo.

Pero lo más importante de esta obra reside en lo que Barthes descifra como el *Studium* y el *Punctum*: el primer concepto forma parte de la generalidad cultural y estética absoluta de una fotografía en la que fotógrafo lo planifica y que por lo cual, es una percepción racional y universal; mientras que el segundo término tiene que ver con algo más subjetivo, una suerte de sensibilidad punzante, algo que hiere o que llama la atención de sobremanera,

que tiene que ver más con lo inconsciente. O lo que él llama en la segunda parte de su libro, que el *studium* está <<codificado>>, el *punctum* ‘no’.

“Por medio del *studium* me intereso por muchas fotografías, ya sea porque las recibo como testimonios políticos, ya sea porque las saboreo como cuadros históricos buenos: pues es culturalmente (esta connotación está presente en el *studium*) como participo de los rostros, de los aspectos, de los gestos, de los decorados, de las acciones...// Ese segundo elemento que viene a perturbar el *studium* lo llamaré *punctum*; pues *punctum* es también: pinchazo, agujerito, pequeña mancha, pequeño corte, y también casualidad. El *punctum* de una foto es ese azar que en ella me despunta (pero que también me lastima, me punza)”. (Barthes, 1989: pp. 58-59)

En el artículo de Michael Fried⁷, ‘Barthes’s *punctum*’⁸, <<El *punctum* de Barthes>>, se intenta hacer una distinción entre los dos elementos cualitativos interpretando de manera interlineal las observaciones de Barthes, a través de cada fotografía mostrada en el libro. No obstante, remarca de forma general, lo que el autor francés pone de manifiesto, que el *studium* significaba para él, un modo ‘unario’ el cual puede conmocionar o <<gritar>> pero que no tiene la fuerza suficiente del *punctum*, que es el de perturbar o <<herir>>; incluso las “fotografías pornográficas standards también son unarias, por lo tanto banales”. La diferencia está -como dice Barthes y como lo menciona también Fried en su artículo- en ese detalle que atrae, el cual es el *punctum*. (Barthes, 1989: pp.42; pp.71).

Para un mejor análisis de <<El *punctum* de Barthes>>, Fried toma como ejemplo tres fotografías que provienen de contextos diferentes. La primera es la fotografía de Koen Wessing, ‘El ejército patrullando por las calles’, Nicaragua. 1979.; en ella se observa una calle en ruinas, a dos soldados con casco patrullando y en segundo plano a dos monjas pasando. En esa fotografía, para Barthes, el *studium* y *punctum* tienen una co-presencia.

⁷Michael Fried es profesor JR Herbert Boone de las Humanidades y director del Centro de Humanidades de la Universidad Johns Hopkins . Sus libros más recientes incluyen Realismo de Menzel : El arte y la realización en el Siglo diecinueve Berlín y la siguiente curva en el camino (poemas) . Fue galardonado con el Premio al Logro Distinguido Medallón en 2004.

⁸Barthes’s punctum: <http://0-www.jstor.org.cisne.sim.ucm.es/stable/10.1086/430984>

Sin embargo, en la fotografía de Bruce Gilden, donde aparece una monja al lado de unos travestis, New Orleans (1973), no hay *punctum* alguno, y que por el contrario le causa cierta irritabilidad al observar claramente la intención de la foto.

En este sentido, Fried relaciona ‘La Cámara Lucida’ de Barthes con el pensamiento crítico anti-teatral y la práctica pictórica, en el cual (Fried, a través de su trilogía, *Absorción y teatralidad*, *Realismo de Courbet* y *Modernismo de Manet*) ha tratado de demostrar las carreras académicas desde Dennis Diderot, Jean Baptise (1750’s-1760’s) mediante David, Géricault, Daumier, Courbet, entre otros críticos de arte hasta que alcanzó una crisis de insostenibilidad en el arte de Edouard Manet (1860’s-1870’s).

Por tanto, en su artículo ‘Arte y objectualidad’ (1967), establece una teoría del arte en contraposición al arte minimalista o ‘literalista’, debido a lo que él describe como *teatralidad inherente*. En este sentido, Fried se basa en tales teorías para hacer la siguiente reflexión sobre el *punctum* de Barthes: “Entendido en este contexto, la observación de Barthes en la sección 20 de ‘Cámara Lúcida’, que el detalle que le parece un *punctum* no podía hacerlo si hubiera sido destinados como tales por el fotógrafo es un reclamo *antiteatral*, ya que implica una distinción fundamental, que se remonta a Diderot entre *el ver* y *el ser mostrado*. (Fried, 2005: pp. 19)

Por otro lado, para Ollin, el concepto de ‘*punctum*’ es más complicado debido a que ella lo relaciona con el *noema* (lo que ha estado ahí), con lo cual se vincula con el índice, el mismo que establece la huella del referente fotográfico pero que no necesariamente se puede ver, sino intuir a través de una analogía punzante, ejemplo, la fotografía de Alexander Gardner: Retrato de Lewis Payne. 1865, <<Él ha muerto y va morir>>.

“En 1865, el joven Lewis Payne intentó asesinar al secretario de Estado norteamericano, W. H. Seward. Alexander Gardner lo fotografió en su celda: en ella Payne espera la horca. La foto es bella, el muchacho también lo es: esto es el *studium*. Pero el *punctum* es: va a morir...//La fotografía me expresa la muerte en futuro. Lo más punzante es el descubrimiento de esta equivalencia.” (Barthes, 1989: pp. 146)

Ollin, hace también una reflexión sobre la nueva forma que el *punctum* en relación con la muerte:

“El concepto del *punctum* es más complicado con la introducción de una segunda fuente del *punctum* descrito como el énfasis hiriente del *noema* (*esto-ha-sido*), la representación pura del pasaje del tiempo que se conecta con la muerte. (38) Cualquier fotografía que tenga esto acerca de la cualidad del morir o ya muerto, aún si el sujeto no está muerto-todavía- y aunque no todas las fotografías tendrán este efecto en el sentido inmediato que Barthes describe el retrato por Alexander Gardner, de lo que sería un asesino a sueldo pronto de ser ejecutado. (39)”. (Ollin, 2002: pp. 108)

En este sentido, Ollin sugiere durante todo el artículo de Barthes tiene ciertos errores en ‘La Cámara Lucida’, por tanto coloca sobre la palestra diversas fotografías que el autor francés describe en su obra; así como en las fotografías de la obra de ‘Roland Barthes por Roland Barthes’. En el caso de la fotografía de ‘La Cámara Lúcida’, James Van Der Zee, Family Portrait (1926), ella manifiesta que las interpretaciones que Barthes hace sobre el *studium* han sido adaptadas de los comentarios de ‘*Le nouvel observateur*’, y que de acuerdo al escritor en ese capítulo, ‘*Black is beautiful*’, no fue un grito de desesperanza y resistencia como lo sostenía Barthes en su obra.

Por consiguiente, en este ejemplo, de acuerdo con lo que Barthes sugiere como *studium* y *punctum*, no queda muy marcada dado que los dos ítems le expresan un sentimiento, por ende la diferencia radica en el *grado* de ese sentimiento. “Mientras el *studium* le llega a tocar a Barthes, sin embargo no le *pincha*”. No obstante lo que le pareció en un primer momento a Barthes, que el *punctum* era el cinturón de la mujer parada al costado de la mujer sentada, lo cambia por el *punctum* del collar de perlas. El error de Barthes yace en que ambas mujeres tienen el mismo collar. “Me di cuenta que el real *punctum* estaba en el collar que ella vestía...el cual lo había visto vestido por alguien en mi familia... (Barthes, 1989: pp.32)” (Ollin, 2002: pp. 104).

“La mayoría de los lectores posiblemente no noten el error de Barthes, ya que la fotografía de Van Der Zee está muchas páginas en el pasado, en el momento que Barthes reconoce el *punctum*. Posiblemente por esta razón, pocos escritores han comentado sobre ello, y aquéllos que sí, simplemente lo han adivinado, remarcando

que después de todo, esto es personal o que se ajusta a la reproducción donde <<parece blanco...>>...Presumiblemente, Barthes reconoció al grupo familiar, aunque para hacerlo tuvo que mover el detalle de una fotografía a otra...//...el *punctum* puede ser la composición, el *punctum* puede estar olvidado, el *punctum* puede estar en otra fotografía” (Ollin, 2002: pp. 105-107).

2.5.1.-El estructuralismo francés en la obra de Barthes

A pesar de que a Barthes le incomodaba el apelativo intelectual de <<estructuralista>>, es necesario indagar sobre esta corriente que lo inspiró, de esta forma, nos abre la posibilidad de entender mejor lo sustantivo de su trabajo, su filosofía y su pensamiento dentro de su literatura y de su arte. En este sentido, ‘La Cámara Lúcida’ al igual que sus otras obras, tiene su razón de ser en esa <<forma estructural en la crítica literaria y en el arte>>, además de la estética en general y de todo tipo de arte.

En este sentido tomaremos como referencias académicas a un grupo de investigadores y articulistas para establecer con más precisión algunas razones no sólo filosóficas sino también todas las áreas exógenas que tengan relación en la importancia del desarrollo de esta corriente. Tenemos entonces a Víctor Florián Bocanegra, ‘Implicaciones Filosóficas del Estructuralismo de Lévi-Strauss’; Ángel Espino Barrio, Lévi-Strauss en ‘El último moderno y primer postmoderno’; y Ricardo García Murillo. ‘Entre el estructuralismo y su post: modelos de significación en Roland Barthes’.

Por consiguiente, se dice que los primeros atisbos de este pensamiento aparece en la obra del lingüista Ferdinand de Saussure, ‘Curso de lingüística general’ (1916), pero este planteamiento propiamente dicho no se consolida hasta la segunda mitad del S. XX. Por tanto, el <<Estructuralismo>> nace como una corriente filosófica, cuyo máximo representante, es el antropólogo francés Claude Lévi-Strauss.

Es necesario indicar que en el contexto cultural de la época, varias corrientes de pensamiento buscaban definir al hombre, principalmente en confrontación con las ciencias humanas. Existía la fenomenología, inspirada por Husserl, quien criticaba de manera incisiva “la pretensión de las ciencias humanas de entender al hombre de

manera puramente objetiva, pues lo que subyace a dichas ciencias es la voluntad de explicar el comportamiento tan solo a partir de causas naturales. Por consiguiente, es necesario olvidar la conciencia vivida que el hombre tiene de sí mismo y que se revela irreductible al esquema empirista”. (Florián, 2010: pp. 215)

Sin embargo, es necesario mencionar que este autor no definió a esta corriente como filosófica sino como un método científico, a pesar de ello, hay dentro de este concepto una sensación ambigua de proyecciones entre científico y filosófico dado que no descarta relación con estas últimas ciencias.

Por tanto, la forma de adopción de esta corriente constituye un mayor interés en tanto construyen la base de la fuente y modelo en que el hombre se inspira hacia su propio horizonte científico e ideológico.

En este sentido, Víctor Florián Bocanegra, ofrece los siguientes aportes:

“El modelo es un esquema lógico, es decir <<construido>>, aclara J.B Fages (1968), que colocado en los hechos observados debe sacar a la luz estructuras. En el contexto cultural de la época varias corrientes de pensamiento buscaban definir al hombre, principalmente en confrontación con las ciencias humanas. La fenomenología, inspirada por Husserl, critica de manera incisiva la pretensión de las ciencias humanas de entender al hombre de manera puramente objetiva, pues lo que subyace a dichas ciencias es la voluntad de explicar el comportamiento tan sólo a partir de causas naturales. Por consiguiente, es necesario olvidar la conciencia vivida que el hombre tiene de sí mismo y que se revela irreductible al esquema empirista” (Florián, 2010: pp. 115)

Por consiguiente, Lévi-Strauss inicia su trabajo bajo esa mirada crítica y objetiva, entre sus obras más referenciales están, ‘Antropología estructural’, ‘Mitológicas’, ‘Tristes Trópicos’, ‘El pensamiento salvaje’, entre otros. No obstante, la última obra mencionada es que la que esclarece su postura metodológica y teórica, ensalzando el alto grado de dicho pensamiento.

Por tanto, “el punto de partida del estructuralismo, con la excepción de Louis Althusser

y su interpretación de Marx, es la lingüística moderna de Ferdinand de Saussure, tomada como modelo y llamada a jugar un papel fundamental en las otras ciencias humanas. Si bien Saussure no empleó el término estructura, sino el de sistema, los conceptos utilizados por el método estructural son tomados esencialmente de la lingüística moderna como modelo de la ciencia” (Florián, 2010: pp. 116)

En este sentido, las obras de Lévi-Strauss hacen de alguna forma referencia no sólo a la antropología como tal, también comprende la sociología, psicología, lingüística, entre otros. Por tanto, la importancia de su legado yace en la elaboración de las tipologías sobre el comportamiento de las sociedades civilizadas y no civilizadas y de cuyos pensamientos son <<domesticados>> y <<salvajes>>, sociedades frías con tiempo reversible y sociedades calientes con tiempo irreversible, sociedades igualitarias y estratificadas.

Es necesario entonces, extraer lo que Ángel Espino-Barrio, expone en su artículo:

De esta forma, “Lévi-Strauss busca la estructura inconsciente, lingüística, y de alguna manera psíquica, responsable de los hechos sociales tales como el parentesco, los rituales, los mitos. Aunque a veces lo oculte el ideal psicoanalítico está en su producción. C.R Badcock afirmaba que la teoría lévista era una versión reducida...del freudismo.” Lévi-Strauss llega a unas posiciones genuinas que, para determinadas variables y campos de la cultura han sido netos avances en la antropología socio-cultural” (Espino, 2009: 37-38)

De esta forma, se le reconoce a Lévi-Strauss como el <<padre del estructuralismo>> por todo lo señalado anteriormente. En este sentido, es importante subrayar que Roland Barthes, es el máximo representante de la crítica estructuralista literaria y de las artes, aunque a él mismo le incomodaban tales nombramientos, dado que lo recibía con cierto cinismo. No obstante, es preciso señalar las principales razones por las cuales se le considera como tal. En ese sentido, García Murillo expone lo siguiente:

“La primera “evidencia” que –desde la perspectiva de una historia sencilla y confortable– lo hace merecedor de ocupar un puesto de honor en la

“historia del estructuralismo” es, además de su propio reconocimiento como tal, la presencia en su escritura de un léxico conceptual heredado directamente de Saussure y de Lévi-Strauss. Aunque en sus Mitologías asomaron ya algunos términos proporcionados por sus primeras lecturas de Saussure –aún algo inmaduras, como manifestó Mounin con virulencia –, es en la publicaciones de principios de los sesenta –Ensayos críticos o “Elementos de semiología”– en las que aparece un uso más articulado de este instrumental conceptual. Con “Elementos de semiología”, por ejemplo, Barthes explora las bases de la nascente semiología a partir del análisis de cuatro parejas de términos tomados de la lingüística (significante/significado, paradigma/sintagma...). La filiación saussureana del texto es obvia, si bien la idea de que la semiología se construya a partir de la lingüística es justo la contraria de la que sostuvo Saussure. Precisamente, la propuesta de que la lingüística sea el modelo de la semiología –y no al contrario, como defendió Saussure– explica que se haya denominado “semiología estructural” a la disciplina a cuya constitución contribuyó notablemente Barthes con diversas obras –como su célebre Sistema de la moda – publicadas en la década de los sesenta” (García, 2009: pp. 299-300)

Además de ello, su intensa dedicación a la narratología, es decir sobre el análisis estructural de los relatos; el afán por desligar la obra del autor de su biografía, de sus intenciones, de la reconstrucción, del ambiente en que se reprodujo, ejemplo: ‘La muerte del autor’ (1968); de su vocación por la forma fragmentaria de escritura, su estilo extremado y preciso de organizar el trabajo, capacidad que se ilustra en su apego extremo en relación a su ficha de trabajo. La importancia de su legado radica que el texto teórico de Barthes se aproxima a lo literario, su introducción al análisis estructural del relato; en este sentido de su posición marcada en contra del positivismo de la crítica académica.

2.6.- Nociones básicas del pensamiento de Pierce y la *performatividad* en los bloques lingüísticos

Charles Pierce es el fundador del Pragmatismo y de la semiótica contemporánea, a él se le debe una serie de planteamientos semióticos que ayudan a estructurar y analizar bajo ciertos elementos semióticos hacia un entendimiento de los enunciados de todo discurso.

Carmen Llamas, en su artículo, 'La recepción de Pierce en la lingüística española', extraído de la pp. web, <<<http://www.unav.es/gep/AF/Llamas.html>>> señala sobre la importancia de comprender al lenguaje y a la filosofía como una dicotomía interfuncional en el sentido de establecer alguna una suerte de esencia cognitiva como medio comunicativo en conjunto.

“El estudio del lenguaje no debe abordarse desde una sola perspectiva, ya que esto daría lugar a teorías lingüísticas unilaterales. Un enfoque multidisciplinar, en cambio, permite conocer con mayor profundidad el lenguaje. Si en los últimos años la lingüística se ha aproximado a la antropología, la sociología o la psicología, entre otras ciencias, no debe olvidarse que la filosofía se ha preocupado siempre por el lenguaje, y muy especialmente lo ha hecho en nuestro siglo, en el que se ha producido un "giro lingüístico" de la filosofía, como lo denominó Gustav Bergmann. Es preciso hacer hincapié en aquellos elementos que unen a ambas disciplinas, y no en los que las separan. Lingüística y filosofía del lenguaje poseen perspectivas o enfoques distintos pero eso no significa que su objeto de estudio no sea el mismo, el lenguaje.// La semiótica es una disciplina en la que trabajan tanto lingüistas como filósofos. Por una parte, los investigadores del lenguaje enriquecen su estudio gracias a las aportaciones de la semiótica en el plano de la comunicación; por otra parte, los filósofos analizan el modo en que conocemos a través del estudio de los procesos de interpretación de signos, dentro de los cuales los signos lingüísticos forman el sistema simbólico de mayor perfección.”. (Llamas)

En este sentido, antes de exponer la célebre clasificación de Pierce, es necesario mencionar sobre los elementos que la componen. En este sentido, como primer punto tenemos a un representamen (lo que de ordinario denominaríamos el 'signo'), un 'objeto semiótico' (con el cual está interrelacionado el representamen), y un 'interpretante' (el

significado o interpretación del representamen a través de su correlación con el 'objeto semiótico').

Por consiguiente, hay una interrelación entre esos elementos que se establecen primeramente entre el representamen y el objeto; si e no hay un interpretante y una correlación que corresponde al interpretante y al objeto establecido por la persona que lo está interpretando, el intérprete. La función del intérprete, en colaboración con su respectivo interpretante, es precisamente la de demarcar, y hacer explícita hasta dónde sea posible, la correlación entre representamen y objeto, lo que pone en marcha el proceso de la significación del signo.

En este sentido, una vez establecido la interrelación, se procede con la correlación de la tríada de signos, la célebre clasificación que Pierce realiza. Por consiguiente, exponemos que “la categoría de la **primeridad** corresponde a la cualidad y a lo posible; la **segundidad**, a la existencia, el mundo fáctico, lo individual; y la **terceridad** es la categoría de la ley (la convención), la mediación y la representación” (Abril: 2008: pp. 28)

Por tanto, en virtud a una mejor análisis exponemos las observaciones de otro de los investigadores en lo que se refiere a este punto, Floyd Merrell, ‘Charles Pierce y sus signos’, extraído de la pp. web, <<<http://www.unav.es/gep/Articulos/SRotacion3.html>>> :

“**La Primeridad** de por sí no es una cualidad concreta (como, por ejemplo, la sensación del color y la forma de una manzana que quizás estuviéramos percibiendo en este momento). No es más que una mera posibilidad, sin partes definibles, sin antecedentes ni consecuencias. Es simplemente lo que es, sin que alguien sea plenamente consciente de la cualidad que es. Pierce se refiere a la Primeridad como pura libertad, espontaneidad, originalidad, la posibilidad de que acontezca algo nuevo.//...**La Segundidad** trata precisamente de algo actualizado. Ese algo existe 'aquí', en 'este' momento. Es una singularidad, una particularidad. Es lo que tuvimos delante de nosotros como Primeridad, sin que (todavía) hubiéramos sido plenamente conscientes de ello. Pero ahora sí. Ya nos dimos cuenta más o menos de lo que esa singularidad es, como Segundidad, y nos enfrentamos con el hecho de lo que es, queramos o no. Es para nosotros un mero 'hecho bruto', como parte de nuestro mundo físico, o es una imaginación o un pensamiento en la mente. A esta altura de

nuestra consciencia, sabemos que la singularidad es algo aparte de nosotros. En otras palabras, la Segundidad es la *otredad* en el sentido más primitivo de la palabra. Goza de autonomía respecto a nosotros; es un pleno producto del mundo físico o del mundo mental. Si la Primeridad es afirmación, la Segundidad es negación en el sentido de que implica la existencia de algún 'otro'.//...**La Terceridad** se define a través de un conjunto de tres términos: (1) mediación, (2) transformación, y (3) evolución o crecimiento vital. En el acto de mediación, dos entidades se interrelacionan por medio de una tercera entidad mediadora. Por ejemplo, un signo de interrelacionalidad, media entre un objeto al que está entretejido y un interpretante, e incorpora también a quien esté interpretando el signo: todos quedan íntimamente entrelazados en un abrazo líquido que fluye por el río de la *semiosis*. Como vimos en la Figura 1, el signo es un eje de intersección interdependiente e interrelacionado que entra en interacción con el organismo que lo interpreta, de modo que todos, incluso el mismo organismo, componen un signo complejo. La Terceridad lleva a cabo una transformación en tanto que su función es la de traducir (interpretar) una entidad semiótica en otra....Por lo tanto, la Terceridad marca el desarrollo vital de los signos. (Merrell)

A modo de conclusión en esta primera parte, Gonzalo Abril indica lo siguiente:

“Un icono es un signo que mantiene con su objeto una relación de semejanza, entendiendo ésta en el sentido más laxo. Y sin olvidar que, puesto que la terceridad media necesariamente toda operación sígnica, no hay relación de semejanza, son más bien hipoiconos, según la terminología de Pierce//...los índices mantiene con sus objetos una conexión real//...los símbolos, por fin, no mantienen con su objeto otra relación que la establecida por una convención”. (Abril, 2008: pp.32)

2.6.1.- El discurso del enunciado y la performatividad

En cuanto a la performatividad en los bloques lingüísticos, existen formas concretas de evaluar sobre su <<existencia>> dentro de la construcción de su gramática. En este sentido, es preciso indicar primero, el concepto de enunciación y sus clases. A continuación, exponemos lo siguiente:

“Tanto Jakobson como Benveniste se plantean la reflexión sobre la enunciación a partir del fenómeno lingüístico de la deixis, observado anteriormente por diversos autores...// Para Jakobson (1957) los *shifters*, deícticos o conmutadores, son símbolos-índices (en la terminología peirceana) que se

diferencian de los elementos del código lingüístico por la característica que se reenvían obligatoriamente <<al mensaje>> e implican una referencia al proceso de enunciación. /Yo/ señala la identidad de un protagonista del enunciado con el agente del proceso de la enunciación. El tiempo verbal funciona con igual mecanismo: el pretérito, por ejemplo, nos informa de que el proceso del enunciado es anterior al de la enunciación, mientras el modo refleja la relación que los protagonistas de la enunciación establecen con el proceso y los protagonistas del enunciado”. (Abril, Lozano, Peña-Marín, 1982: 95)

En cuanto a *la performatividad*, es <<Hacer lo que se dice>>, esta formulación se debe a Austin, quien señala que un enunciado es verdadero si su descripción corresponde adecuadamente a aquello que describe, y falso si es contrario. En este sentido, el autor denomina <<constatativos>> a ambos tipos de enunciados, pero propugna que determinadas expresiones no son analizables en estos términos, ya que no describen nada...y poseen la función específica de cumplir su acción. Para Austin, este último punto los denomina <<performativos>>.

Dado que el enunciado performativo incluye generalmente morfemas déicticos de primera persona y de tiempo presente; no es difícil advertir las estrechas relaciones que vinculan la teoría de la actividad performativa con la más genérica. (Abril, Lozano, Peña-Marín, 1982: pp. 175)

2.6.1.1.- Tipos de enunciado performativo y la performatividad indirecta

- a) **Judicativas o veredictivas**, consisten en la emisión de algún juicio tras cierto proceso de apreciación o de razonamiento mediante el acto de, absolver, condenar, aprobar, diagnosticar, etc.
- b) **Ejercitativos o decretos**, son actos en los cuales se manifiestan el ejercicio de un poder. Su modelo es un acto de designación mediante los verbos: ordenar, designar, proclamar, consagrar.
- c) **Compromisorios**, Comprometen al hablante en cierta de línea de conducta ulterior. Su modelo es la expresión de una promesa: proponer, prometer, pactar,

jurar, apostar, etc.

- d) Comportativos**, Expresan actitudes frente a comportamiento de los demás felicitar, agradecer, perdonar, deplorar, invitar, etc.
- e) Expositivos**, clarifican o describen las razones y argumentos de las personas. Ponen de manifiesto la forma de inserción de nuestras palabras en el discurso. Su modelo es una fórmula oratoria de tipo /afirmo/ o /repito que/ : enunciar, negar, preguntar, observar, mencionar, etc. (Abril, Lozano, Peña-Marín, 1982: pp. 184)

Al respecto es importante añadir lo siguiente:

“...una vez sentado que la expresión performativa equivale al cumplimiento de una acción, es preciso aceptar que los enunciados del tipo /7/, *constatativos*, poseen también valor *performativo*.

/7/ (a) /Perro peligroso/

(b) /Han llegado los marcianos/

En efecto, estos enunciados pueden ser parafraseados del siguiente modo:

/7/ (a') /Advierto que el perro es peligroso./

(b') /Afirmo que han llegado los marciano./

“Austin denomina performativos explícitos a los enunciados de esta segunda clase y primarios a los de la primera. Lo propio de los explícitos es que su carácter realizativo aparece manifiesto merced al uso de verbos performativos. Con esta distinción, la líndera inicial entre constatativos y performativos se desvanece” (A. L. P-M: 1982: 185-186)

2.7.- Metáforas visuales (Charles Forceville)

La metáfora visual tiene su origen en distintos campos de estudio cognitivo sobre el movimiento; sin embargo, en virtud de una deducción más cercana, podemos señalar que toda metáfora visual tiene que ver con el mundo de la imagen o con el texto verbo-visual. Por consiguiente, más allá de los conceptos mencionados antes, las metáforas visuales también forman parte de las metáforas cognitivas de proyección, en vista de que en esencia, contienen elementos asociativos y por tanto, multifuncionales y por tanto aplicativas.

No obstante durante su observación y comportamiento en el proceso de denominarlas por alguna característica más resaltante, no siempre hay una concertación. Al respecto, de este punto, M. J. Ortiz, ‘La Metáfora visual corporeizada. Bases cognitivas del discurso audiovisual’ indica lo siguiente:

“La primera referencia sobre la metáfora visual tiene lugar, dentro del formalismo ruso, en 1927 con eikhenbaum (en Albera, 1998), este autor habla de una “cine metáfora” que sólo es posible si se fundamenta en una metáfora verbal, y que, por tanto, el espectador sólo puede entenderla si su bagaje léxico se lo permite. Del mismo modo que la palabra “caída” puede entenderse metafóricamente, algunos planos cinematográficos de caídas pueden ser metafóricos. Este autor augura un gran futuro al “cine-metáfora”, a partir de procedimientos como la angulación o la iluminación, aunque dice que nunca podrá ir más allá de la metáfora verbal. Carroll (1980) denomina imágenes Verbales a estas traducciones literales de expresiones verbales”. (Ortiz, 2011: pp. 61)

En este sentido, Charles Forceville, es el autor que estudia tales metáforas, las mismas que tienen como base en la metáfora conceptual y de proyección e integración cognitiva. Al respecto, Forceville, destaca la importancia de los estudios de las metáforas que no son verbales y del papel que juega el medio como mensaje. En este sentido, se extrae lo siguiente de su propia página web: <<<http://projects.chass.utoronto.ca/semiotics/cyber/cforcevilleout.pdf>>>:

“El estudio de la metáfora no verbal proporciona herramientas para el análisis y producción de representaciones pictóricas. Teorías aplicables a la imagen, como a diferencia de los reflejos aprendidos en él, son todavía relativamente escasos, particularmente en el área de imágenes estáticas, en el área sin movimiento // “El artículo de Michel Redy’, El conducto metáfora (1979), que George Lakoff reconoce como fundamental para la teoría cognitivista de la metáfora (1993: 203), sostiene que la comunicación verbal en la sociedad occidental se basa implícitamente en la noción de que un orador o escritor <<empaqueta>> sus pensamientos o palabras, para que la persona posteriormente <<despache>> como si lo hiciera por algún tipo de cable, al oyente o lector. Este último sólo tiene que descomprimir el paquete...// Esta metáfora del conducto destaca algunos aspectos de Comunicación y esconde otros. De hecho, el enfoque de Reddy revela aquí que las consecuencias de ese cliché de los estudios de comunicación de Marshall McLuhan <<el medio es el mensaje>> no se sigue tomando lo suficientemente en cuenta”

Es importante recalcar también que el autor, en un inicio habla de metáfora pictórica pero ahora se refiere como metáforas monomodal y multimodal. En este sentido, Ortiz dice lo siguiente mediante su pp. web.: <<http://www.unav.es/fcom/communication-society/es/articulo.php?art_id=364#_ftn48>>:

“Los estudios sobre la metáfora en la imagen son heterogéneos pero abundan fundamentalmente en el ámbito de la publicidad y en el cine. No hay unanimidad en cuanto a la denominación y podemos encontrarnos con los términos metáfora visual, metáfora multimedia, o metáfora monomodal y multimodal. El término metáfora-pictórica se suele emplear para las imágenes estáticas mientras que la metáfora fílmica, cine-metáfora y metáfora cinemática se refieren a las metáforas que tienen lugar en el cine. Metáfora es el nombre más amplio, ya que incluye tanto imágenes estáticas como en movimiento independientemente del medio en el que se han generado. La última propuesta de Forceville pretende abarcar todas las manifestaciones metafóricas. Así son metáforas **monomodales**, aquellas que se manifiestan en la única modalidad de información como las metáforas verbales, las metáforas visuales o las olfativas. Por su parte, las metáforas **multimodales** son las que tienen lugar en varias modalidades como las metáforas audiovisuales, verbo audiovisual, etcétera.

Por consiguiente, Forceville, en su momento, clasificó a este tipo de metáforas visuales en cuatro clases, éstas fueron clasificadas como pictóricas, entre ellas tenemos, *Metáfora pictórica híbrida*, *metáfora pictórica contextual*, *metáfora de la sonrisa*, y *metáfora*

pictórica integrada.

No obstante, debido a la naturaleza de nuestro objeto de estudio, nos referiremos a la metáfora *híbrida* y *contextual* porque creemos que son las más utilizadas dentro del discurso de las portadas que analizamos.

La metáfora híbrida, es una forma de <<ver>> las cosas, hechos o circunstancias que son imposibles de creer, como por ejemplo el mundo de la fantasía de Disney, donde los zorros, conejos se humanizan y actúan como tales. Esta característica también funciona de forma invertida, es decir los humanos que se convierten en animales y que toman posesión de esas habilidades o poderes por el cual se han transformado o transfigurado.

La metáfora contextual es la forma más parecida a una collage, de esta manera lo representado visualmente es el objetivo de la metáfora y lo sugerido visualmente es la fuente. Su función principal sirve para expresar comodidad, la misma que puede estar representada de forma literal o no.

En este sentido, es preciso agregar también, que no todas las portadas contienen metáforas monomodales sino también, en el caso de los diarios deportivos, más metáforas multimodales porque <<emiten>> sensación de movimiento.

Por otro lado, es importante indicar también que Forceville habla de símbolos de forma indirecta al mencionar la palabra <<cultura>> como el elemento integrador en la formación de metáforas, por tanto, ya sean éstas monomodal o multimodal, éstas deben contener símbolos para establecer relación entre lo que se informa y es informado. .

“El conocimiento sobre dominios de origen no es simplemente una cuestión de realización, sin embargo, sino también de connotaciones culturales//Estudios más recientes han demostrado en una variedad de maneras de como la estructura de dominios de origen – y el saliente (y por lo tanto; elementos fácilmente asignables) en ella, está influenciada por la cultura (Forceville, 2009: pp. 9)

A modo de conclusión, observamos como Aladro coincide de alguna forma con el autor en este capítulo, dado que pone énfasis en el conocimiento y reconocimiento de los <<símbolos>>, los cuales se relacionan con nuestra cultura de <<ver>> las cosas, y de cómo éstas pueden entrar en el inconsciente humano.

“El estudio de la mente humana ha estado siempre interesado en estas peculiares formas de comunicación que son los símbolos y las metáforas. Desde la teoría Gestáltica, que ya mostró la fuerza del concepto de Forma o Gestalt en la percepción y pensamientos humanos, hasta el psicoanálisis freudiano, que abordó el primer acercamiento al símbolo como fenómeno intrapersonal, y hasta la consagración del estudio de la Vida Simbólica en Jung, los símbolos han ido paulatinamente interesando más a los investigadores de la psique.// Freud y sus antecesores comprobaron que la presencia de una imagen en la mente inconsciente producía efectos sobre los efectos y emociones de un individuo...// Los símbolos y metáforas surgen como la forma y el lenguaje natural del inconsciente freudiano// La mente inconsciente se expresa en símbolo porque son prelógicos, absolutos, inefables, y permiten expresar lo inexpressable. Son el vehículo ideal de la mente que está más allá del control de la consciencia.// La cultura y toda la iconografía universal es el lenguaje del alma humana, que dialoga consigo a través de los símbolos y metáfora.” (Aladro, 2010: pp. 43-46)

III.- BREVE HISTORIA DE LA PRENSA PERUANA Y EL PERIODISMO SATÍRICO

Como se mencionó en la parte introductoria de esta investigación, la forma cómo se ha conducido el desarrollo del periodismo en el país desde sus inicios en la etapa republicana- e incluso desde antes de la independencia-, de alguna manera es una suerte de reflejo del contexto político-social peruano; y en ese sentido, se crean diarios doctrinarios de corta duración, utilizados como mediadores en el mensaje, a favor de una causa política y en detrimento de otra. Sin embargo, es necesario señalar que tales observaciones no son suficientes para comprender el carácter interno de los diarios, debido a que éstos nacen como resultado de una reunión de intereses que van más allá de lo político y trascienden al plano económico. En este sentido, ‘El Comercio’ (1839) representa el lado comercial e ideológico de un nuevo rostro del periodismo peruano y es a partir de ahí cuando en cierta forma, el periodismo evoluciona en relación a las formas espontáneas y caudillescas.

Por otro lado y volviendo a las formas discursivas de los diarios de ese entonces, en el proceso de esa inter-fase de ideologías, se crean las bases de un periodismo satírico donde la caricatura asume un papel importante en confrontación al quehacer político.

Juan Gargurevich, autor peruano del libro ‘Historia de la prensa peruana 1590-1990’, subraya que el periodismo satírico alcanza los niveles más altos de agresividad durante los dos gobiernos de Ramón Castilla, modelo que será muchas veces imitado posteriormente.

“...aparecieron hojas como *El Oso* (1845) a favor; *La Guardia Nacional* (1845) en contra, editado por Felipe Pardo; *Cuentos de la Persia* (1848) en contra; *El Diablo* (1848) de oposición, augurando el ahorcamiento del ministro de Hacienda, lo que provocó su clausura...// El máximo exponente de la oposición satírica fue *El Zurriago*, un semanario que se autotitulaba *político y literario* que apareció el 11 de marzo de 1848 editado, anónimamente, por un coronel Juan Espinoza. Aparecía por entonces en Lima el cauteloso *El Comercio* y el oficial *El Peruano* y la atención pública estaba puesta en las revistas. *El Zurriago* era el favorito pero a medida que avanzaba 1848 fue subiendo el tono de los insultos a Castilla hasta involucrar a la

esposa y otros parientes.” (Gargurevich, 1991:72).

A fines del siglo XIX en Lima, luego de un período republicano marcado por las guerras que reafirmaran la independencia, el conflicto con Chile y la posterior ocupación de Lima, y la lucha por el poder entre Andrés A. Cáceres y Nicolás de Piérola, se genera una etapa paralela donde la caricatura política protagonizó grandes y contundentes espacios dentro de la prensa combativa de un bando y otro. Certeros ataques del lápiz, la pluma y la represión en la carrera por el sillón presidencial.

La caricatura, constituida en un valioso aparato ideológico, desplegó una batalla donde la sátira y el humor, aliados a la literatura, juegan un rol fundamental en la lucha por revelar verdades, legitimar ideas, negar la ideología del otro; cuando no en la propia búsqueda de la hegemonía en manos de ambos caudillos. A lo largo de toda su producción, la caricatura política de este segundo militarismo, reflejó la desmitificación del ideal de reconstrucción nacional frente a la responsabilidad de los partidos políticos situados en el poder tras la nefasta guerra con Chile.

Pero, por otro lado, la prensa reclamaba un gobierno efectivo que devolviera al país la esperanza y el legado “glorioso” de su historia en América del Sur. Este imaginario de grandeza, de nación y de honestidad política, vistió los periódicos con caricaturas que reflejaban el sentir del pueblo: rechazo, indignación y oprobio. En medio de este combate se dio un interesante surgimiento del arte de la pluma y el lápiz, con sus respectivos matices e influencias de las otras luchas ideológicas políticas en otras latitudes y como el legado de las épocas independentistas, el inicio y apogeo de la sátira y el humor como poderosos recursos simbólicos.

La caricatura política decimonónica será esa verdad entre líneas que, en medio de lo cómico y transgresor, colocará al centro del pueblo mismo una historia real, desnudando al político y despojándolo de cualquier privilegio, para burlarse de él y su discurso y develar la injusticia, el ansia de poder y la desigualdad. En este sentido, la burla, como primera manifestación del contacto entre la caricatura y lector, será esa punzada incómoda que

arrebataría esa categoría de lo políticamente correcto o lo políticamente moral, pues expresaría esa incomodidad y disconformidad que, en primera instancia muestra toda caricatura política: no es igual la burla personal que la burla social, pues la segunda está orientada al deterioro en grandes magnitudes.

De esta manera, la práctica se hizo más intensa que las propias ideas, la prensa protagonizó el enfrentamiento que se produjo desde la creatividad de sus caricaturistas y columnistas, algunos de ellos intelectuales consagrados y otros anónimos, que plagaron el papel de cuanta prosa y trazo irreverente se permitiese. No es desatinado decir acaso que este combate finisecular por el poder fue mediático (si se compara el término con la actualidad y el boom de los *mass media* y las nuevas tecnologías de la información), pues no solo se utilizó el arte de la letra y la caricatura, sino también la industria gráfica primigenia para la impresión de panfletos y periódicos que se publican eventualmente.

El trabajo periodístico y los periodistas están cambiando. Por un lado, Internet ofrece nuevas herramientas –que son actualizadas constantemente– y, por otro, el formato digital exige mayor velocidad en la publicación de noticias. Esta situación ha puesto en riesgo algunos valores esenciales de la profesión; por tanto, el reto es informar en tiempo real sin perder credibilidad. En tanto, el contexto se presenta favorable para el lector porque no sólo tiene la oportunidad de informarse en la red, también de informar a otros.

Esta característica del usuario (como productor y consumidor) no amenaza la labor del periodista si es que éste sabe aprovechar Internet para construir una noticia, compartirla y relacionarse con su público. Por otro lado, los problemas económicos de algunos medios, han provocado una serie de despidos y cambios en las estructuras de las empresas periodísticas.

1.- La Prensa en el Perú, los fundamentos de la sátira y las nuevas tecnologías

La historia, como un proceso de constante cambio que, siguiendo la concepción de Foucault, lleva en sí el germen de la reformulación y la reestructuración constante, permite que se sumen a ella productos culturales conforme se expande el entramado temporal. Este

enfoque, si bien descentra los hechos históricos, permite que el estudio de estos sea menos sesgado en cuanto a la comprensión de los procesos que se desarrollan y reverberan bajo el continuum de una historiografía oficial. Nuestro trabajo apunta a expandir el conocimiento sobre las fuentes bibliográficas del siglo XIX; particularmente, las fuentes hemerográficas, de dos modos: como fuente de conocimiento contextual y como espacio de expresión intelectual que no es necesariamente letrado en todas sus manifestaciones.

El período en que se enmarca nuestra investigación es el de las últimas décadas del siglo XIX: desde el Conflicto del Pacífico hasta la Reconstrucción Nacional. Este escenario se nos presenta como un entorno propicio en el cual temas como la libertad de expresión, la censura política, la democracia; y hechos como la defensa de valores nacionales y el llamado a una postura democrática y cuestionadora del pueblo peruano, afloran en el entorno real y encuentran un correlato base en la producción periodística. Específicamente, nuestra investigación se centra en dos de los años del período de gobierno de Remigio Morales Bermúdez (1890-1894): los años de 1892 y 1893. Este periodo está relacionado a una sucesión de conflictos de carácter nacional: la Guerra con Chile, los enfrentamientos civiles propiciados por Cáceres contra Iglesias; el primer gobierno de Cáceres, la mutilación del cuerpo nacional; los enfrentamientos y desórdenes políticos de la época, la inestabilidad económica; y el posible regreso de un gobierno militarista. El temor general de perder la ya débil estabilidad política y económica del país obligará a las publicaciones periódicas a redoblar su actividad social a través de los constantes llamados de atención a los lectores sobre ideas específicas para el bien del cuerpo nacional.

En este periodo hace su aparición evidente una prensa denominada prensa político-satírica debido a los contenidos y registro que primaban en ella. Estas publicaciones se nutrían de algunas propuestas del radicalismo promovido por González Prada hacia finales de siglo. Lo anterior definirá su afán de intervenir en el manejo del poder político nacional y planteará programas que señalen y escarmienten a personajes políticos y a circunstancias específicas a través de la reducción de su carácter “serio”; las sátiras en sus páginas tendrán la finalidad de reducir la importancia de estos elementos en el imaginario nacional.

De acuerdo con lo señalado por Varillas Montenegro y Pacheco Ibarra esta prensa no se encarga de ofrecer información objetiva; en lugar de ello, ofrece información intervenida: los hechos circunstanciales e históricos son reformulados o hiperbolizados en forma de ácidas editoriales de carácter crítico, además, son escritas en un tono indignado la mayoría de las veces. En otros casos, estos hechos sirven como pretexto para elaborar letrillas, rimas o reescrituras narrativas de carácter satírico. Asumimos, que la sátira no funciona como un género de escritura, sino como un registro de escritura, el cual es un recurso intelectual con influencia de la creación literaria.

El universo de publicaciones de esta época es bastante amplio, razón por la cual solo nos ocuparemos del análisis de cinco de estas: La Caricatura, El Leguito Fray José, La Tunda, El Microbio y O Bracamonte; ello por ser las más completas en su conservación y por presentar ideas políticas afines.

El análisis de la escritura satírica en sus artículos editoriales, letrillas, poemas o breves episodios narrativos cuya base se encuentra en la historiografía y la biografía. La construcción del imaginario en las publicaciones periódicas y sus tendencias ideológicas es un modo particular de producción, a nivel de figuras metafóricas, a través de la poesía y las imágenes planteadas, se convierte en un rasgo característico de la prensa independiente en la medida en que esta no busca aliarse al desorden político; por el contrario, su discurso lo ataca y lo sanciona.

La prensa político-satírica se dirige a un público heterogéneo: puede ser leído por personas con un horizonte cultural vasto, pero se enfoca en los lectores de un horizonte más limitado. Por ello, apela a la risa, a la burla y al insulto, como método de destrucción más efectivo. La sátira, nace de la indignación humana frente al desorden y pretenderá restaurar el orden en un sistema. Nuestro estudio demostrará que la sátira en las publicaciones generará una respuesta en el plano de lo real. La prueba de esto será la ley del 23 de junio de 1893, la cual buscó silenciar a las publicaciones prohibiendo su impresión.

Este conjunto de publicaciones periódicas constituyó parte de un sistema que se desarrolla

al lado del devenir histórico de la prensa: en este caso específico, el contra sistema de la prensa político-satírica, se hace uso del lenguaje y el tono empleados en las publicaciones satíricas bajo la forma de versos, leyendas, narraciones cortas, narraciones con rezagos de caracteres teatrales y costumbristas, entre otros;

1.1.- Revista ‘Monos y Monadas’

Monos y Monadas sale durante dos años, desde finales de 1905 hasta diciembre de 1907, con unos cien números que convierten el periódico en modelo para las demás publicaciones satíricas. El fundador de Monos y Monadas es el poeta y dramaturgo Leonidas Yerovi, quien conoció un gran éxito con su obra titulada La de cuatro mil, llevada al escenario en 1903. Yerovi contrata a Málaga Grenet como director artístico de Monos y Monadas. Espera tener el mismo éxito con el semanario; el precio de cada ejemplar es módico: diez centavos, y la calidad del papel dista mucho del satinado de Actualidades. El título Monos y Monadas, relaciona el periódico con la tradición de las monadas que se remonta a las animalizaciones del Renacimiento italiano, cuando estos animales servían para representar lo grotesco exótico. Málaga practica el auto irrisión, pues se autorretrata como un chimpancé con sombrero de jipijapa. Al cabo de un año Yerovi hace un balance de la revista. En una carta abierta reivindica la independencia del periódico, pese a las presiones ejercidas tanto de parte del poder político como de la Iglesia. Según dice, se publican cuatro mil ejemplares, de los cuales dos mil se venden en el centro de Lima mientras que aumenta el número de suscriptores morosos.

El general Francisco Morales Bermúdez cuando gobernaba el Perú y a pesar de tratarse de un régimen dictatorial, medios independientes como la revista Monos y Monadas se atrevían, a través del humor, a cuestionar las políticas gubernamentales bajo el lema “cómprela antes de que la requisen”. El Gobierno de turno estaba en constante tensión con la prensa: ese año prohibió todas las publicaciones independientes. Sin embargo, el militar aseguraba que existía libertad de expresión.

Durante una rueda de prensa que brindó Morales Bermúdez en Argentina, un periodista le preguntó si existía la libertad de expresión en el Perú. Como prueba de que sí, el militar mostró una portada de la revista Monos y Monadas en la que se lo caricaturizaba. Sin embargo, posteriormente, la revista sería requisada y los militares perpetrarían dos atentados: arrojarían una bomba a la casa de Nicolás Yerovi, director de la publicación, y otra, contra la casa del poeta Antonio Cisneros, quien formaba parte del Comité Directivo (o Comité Divertido, como también se lo conocía).

En el collage que realizó Lorenzo Osores para celebrar el primer año de existencia de la publicación, no aparece Yerovi, como símbolo de la clandestinidad que tuvo que asumir.

Por otro lado, debido al atentado que sufrió la revista francesa satírica Charlie Hebdo, diversos caricaturistas y dibujantes peruanos se solicitaron con el medio francés en una conferencia titulada, ‘La sátira de ahora (en el Perú) no incomoda’. En este sentido, diversos personajes relacionados a ese campo manifestaron que no existe una sátira parecida en el contexto peruano en comparación con la revista francesa. La pregunta emergente como eje de la reunión fue ¿Qué tanta libertad de pensamiento tienen los humoristas gráficos locales? En este sentido, en relación a la revista ‘Monos y Monadas’, Juan Acevedo, caricaturista del desaparecido medio opinó que “a pesar de que actualmente se vive en democracia, del ímpetu de la sátira que ejercía Monos y Monadas o revistas como El idiota, ya no queda nada...//Los suplementos y medios independientes para hacer humor gráfico no existen. Hay muy poco humor crítico e inteligente. En el campo de la tira cómica existen excepciones como Andrés Édery, Jesús Cossio, Álvaro Portales, Heduardo y Carlín. Pero de todas maneras, el panorama de la sátira actual está contenido en lo políticamente correcto. No hay espacios para ejercer humor gráfico con libertad de pensamiento//La sátira que se hace ahora, nadie la recuerda, es una que no incomoda, y cuando el humor no saca roncha es fatal, no cumple su papel. En cierta medida es porque los dibujantes están parametrados por la línea central de información de la editorial en la que trabajan. Pero esa autocensura es terrible”, (Risco: 2015)

1.2.- Los Periódicos Anticlericales

A partir de 1907, después de la partida de Leónidas Yerovi y el cierre de 'Monos y Monadas', los periódicos anticlericales ocupan el espacio de la prensa satírica. El anticlericalismo ya era la razón de ser de varias revistas, piénsese en 'El Libre Pensamiento' (1899) o 'La Idea Libre' (1900) a principios del siglo. Pero eran periódicos que combatían solo con las palabras, en largos artículos reflexivos, y no con ilustraciones. Fray K. Bezón, Don Giuseppe y Fray Simplón eligen el ataque frontal, basado en imágenes que han de chocar y denunciar los tropiezos del poder y sus aliados, o sea, la Iglesia y el Ejército. Fray K. Bezón es el más antiguo de aquellos periódicos comprometidos; también será el que tendrá la vida más larga, tres años entre 1907 y 1910, con más de ciento cincuenta números publicados y, en cada uno, una docena de páginas repletas de breves artículos anónimos, poesías satíricas, fotos y caricaturas. El humor asoma desde la portada con la imagen de un franciscano cabezón. El fraile tonsurado y barrigudo tiene entre manos un libro en el que se descubren los centros de interés del periódico: la política y la religión. Entre los colaboradores se conoce el nombre de algunos dibujantes como Chambon y Polar, al parecer más a salvo de los tijeretazos de la censura que los autores de artículos.

Tales sucesos nos informan de los escándalos en la vida cotidiana limeña, nos interesan por revelarnos los tabués, pero no son representativos del contenido global de la revista. Lo más importante en Fray K. Bezón es la reflexión política. Se trata de denunciar no solo los vicios de la Iglesia, sino también los del poder político.

El trabajo de recuperación de la memoria periodística está en camino, la historia del dibujo humorístico va a coincidir muchas veces con la de la pintura contemporánea (piénsese en González Gamarra y en Teófilo Castillo). Si bien salieron otras revistas por aquellos años (Variedades de 1908, Lléveme Usted de 1911, Don Lunes de 1916), ninguna como Monos y Monadas merecería una reedición para que revivamos aquellos tiempos, de los que ya han pasado más de cien años.

En los albores de nuestra república, durante las luchas intestinas de los caudillos militares, se definirían las tendencias y parámetros de la sátira peruana. Así el enfrentamiento entre Santa Cruz y los adversarios de sus proyectos federativos o la encarnizada lucha entre Castilla y Echenique, se registrarían en el trabajo de los caricaturistas. El medio idóneo para difundir el arte gráfico sería el grabado.

Como muestras, sobresalen el álbum “Adefesios” (1855), editado por el norteamericano Williez y compuesto por litografías de caricaturas políticas, o “Aletazos del Murciélago” (París, 1866), de Manuel Atanasio Fuentes que incluiría apuntes críticos hacia Castilla.

Con el siglo XX, y gracias al fotograbado y la tricromía, se iniciaría la auténtica prensa ilustrada. Surge entonces Julio Málaga Grenet, un dibujante arequipeño, cuyos renovadores trazos revolucionarían el arte caricaturesco peruano. Iniciado en “Actualidades”, Málaga fundó en 1905, con Leonidas Yerovi, “Monos y Monadas”, y construyó el estilo de nuestra prensa satírica. Esta publicación reclutó a grandes dibujantes, como el propio Abraham Valdelomar, quien después brillara en las letras.

En 1909, el cusqueño Francisco Gonzales Gamarra asume el rol protagónico en “Variedades”, y conquista con un grafismo elevado y versátil un lugar honorífico en la historia del arte gráfico peruano. El mismo año nace “Gil Blas”, de Málaga. Luego seguirán “Lléveme usted” (1911), fundada por Yerovi, y “El Mosquito”, de Florentino Alcorta, que desde 1912 resalta como temprano exponente del Leguismo.

Para 1917, Málaga y el periodista Federico More crean “Don Lunes”, célebre semanario humorístico de oposición al segundo gobierno de Pardo. En estas publicaciones se consolidan artistas como Málaga, Pedro Challe, Rubén Polar, José Luis Caamaño, José Alcántara La Torre o, Jorge Holguín Lavalle. Y el arequipeño Jorge Vinatea Reinoso, por su parte, alcanzaría renombre en “Mundial”, que cubriría todo el oncenio de Leguía.

Después de las primeras décadas del siglo XX se acentuará la influencia norteamericana con el cómic, apreciable ya en “La Revista Semanal” (1927), editada por More. En los años

30 y 40, esto aumenta con “El hombre de la calle” y “Buen Humor”, que exhiben el impecable trazo de Manuel Benavides Gárate y Armando Lazo.

En 1947, Carlos Roose se inspira en José Luis Bustamante y Rivero para su personaje “Pachochín”, denotando la fragilidad de los límites entre caricatura y cómic. Esto se consolida en 1958 con “Rochabús”, publicación dirigida por Guido Monteverde.

La renovación política peruana de los 50 desembocará en medios como “La Olla” (1966), acérrima crítica del aprismo y belaundismo, con dibujantes como Nayo, Guillermo Osorio, Hugo Fernández Vela, Cayo Pinto y Luis Baltazar. “Monos y Monadas”, resucitada por Nicolás Yerovi, nieto de Leonidas, en los 70 se convertiría en ícono del humorismo nacional durante el gobierno del general Morales Bermúdez. Allí se consagran Carlos Tovar y Juan Acevedo.

Por esos años aparecerían otras publicaciones similares, aunque más ligados a afanes sensacionalistas y anticlericales, como los semanarios *Gedeón*, *Don Giuseppe* y *Fray K. Bezón*; todos proyectos de corta duración.

Sin embargo, la “contraofensiva” vendría a manos de *Don Quijote*, ni más ni menos, un periódico que fue concebido para ensalzar la gestión del presidente Pardo, a quien semana tras semana *Monos y Monadas* le asestaba certeros dardos.

En el nuevo siglo el periodismo satírico sigue vigente con revistas como “El Otorongo”, donde brillan Jesús Cossío, Luis Rossell, Álvaro Portales o el veterano Heduardo. Hacer humor sobre la exageración de la línea y la forma sigue más actual que nunca.

1.3.- Diarios de formato sábana y tabloide

“El periódico de formato sábana ha muerto”. Así empezaba un artículo que Robert Thomson, director de The Times, escribió en ‘El Mundo’ hace seis años. El diario británico

dio por concluida entonces la vida del formato sábana para convertirse en tabloide (o compacto), que es el que utilizan los periódicos españoles desde hace décadas.

La sábana, término deriva de las hojas sueltas de la sátira política y baladas vende en las calles, que se hizo popular después de que el británico impuso un impuesto a los periódicos por el número de páginas en 1712.

El tamaño sábana para los periódicos es cada vez menos popular y muchos títulos son el cambio de sábana a tabloide. En Australia y Nueva Zelanda la sábana término se utiliza para referirse a los documentos que se imprimen en papel de tamaño A1 (594 x 841 mm - 323,4" x 33,1").

Las cosas parecen haber cambiado en los últimos años, puede que motivadas por el pragmatismo de nuestro tiempo, en el que se premia la comodidad, la agilidad, el ahorro y la rentabilidad, e incluso la ecología, en detrimento de las viejas creencias, acusadas ahora de prejuicios por los que se autodenominan modernos. Sea como fuere, lo que es un hecho es que el formato sábana pierde terreno frente a otros más pequeños como el tabloide o el berlinés.

La principal diferencia física entre ambos formatos es el tamaño de la página. Mientras la sábana tiene unos 60 cm de alto por 35 cm de ancho, el tabloide, con un ancho menor a 30cm, no suele pasar de los 40 cm de alto. Hay variaciones, pero en general podría decirse que el segundo es la mitad que el primero.

El periodista Giovanni Lamarca comparó en su blog ambos formatos y, más allá del prestigio que la sábana aún conserva en EEUU y en algunos países bajo su influencia, entre otros, concluye que el tabloide tiene más ventajas que inconvenientes.

Permite reducir costes de impresión al agregar o quitar páginas. También se consigue disminuir el tiempo necesario para imprimir el diario. Y para el usuario el formato pequeño es más práctico y cómodo. El mayor inconveniente es la espectacularidad de la publicidad o

la noticia (foto, infografías...) a página completa o en la doble central que el tabloide pierde con relación al formato sábana.

En definitiva, que desde que los principales diarios británicos rompieran con la tradición al pasar del formato sábana al tabloide, la calidad y el tamaño han dejado de tener una relación unívoca en Europa.

Tabloides se utiliza el mismo término tabloide para referirse también a una publicación sensacionalista o considerada poco seria. Esto se debe a que los primeros periódicos sensacionalistas aparecieron precisamente con ese formato. Con el paso del tiempo los tabloides de tipo sensacionalista empezaron también a utilizar otros tipos de formato. Aunque diversos tabloides se definen a sí mismos como publicaciones serias, no existe un concepto formal para definir la seriedad de una publicación. Sin embargo, existen algunas características que los tabloides sensacionalistas tienen en común. Entre otras:

- El exceso de colores en las páginas y poca uniformidad en la tipografía.

Por ejemplo, La temática de sus noticias. Utilizan poca cobertura sobre temas de política internacional y por el contrario artículos sobre celebridades, deportistas, familias reales tienen mayor prioridad.

- El tamaño de sus fotografías.

Generalmente este tipo de publicaciones presentan fotografías de un tamaño muy grande en comparación al tamaño de las páginas, por eso se habla de que existe una desproporción; esto reduce la capacidad en el texto.

1.3.1.- Diario La Prensa

Fue un diario peruano, editado en Lima, cuyo primer número salió a la venta el 23 de septiembre de 1903. Conocido también como el "diario de Baquíjano", por haber estado su sede en la calle Baquíjano 745, actual cuadra 7 del Jirón de la Unión en Lima.

Su fundador fue Pedro de Osma y Pardo y su primer director Enrique Castro Oyanguren. Estuvo respaldado por una cuantiosa inversión. Inicialmente sirvió para las orientaciones del partido demócrata y hacer una oposición sustantiva al gobierno civilista. Tras un breve periodo de suspensión por problemas de personal y técnicos, fue relanzado el 16 de enero de 1904. En 1905 se fusiona con El tiempo, que desde 1898 era de propiedad de Alberto Ulloa Cisneros, quién asumiría la dirección del diario hasta 1915. Durante su gestión se modernizaron con linotipos traídos desde Estados Unidos y la rotativa adquirida en Alemania siendo instaladas en 1906 y operaron a partir de 1907.

El 29 de mayo de 1909, el local sufre un asalto por parte de la policía, como consecuencia del fallido golpe de Estado que los hermanos de Nicolás de Piérola intentaron contra Augusto B. Leguía. Durante la sacapela sus redactores fueron arrestados y los talleres destruidos por la plebe.

El diario apareció de nuevo el 2 de agosto de 1910, pese a su línea de oposición al gobierno de Leguía. En las elecciones de 1912, La Prensa y El Comercio apoyaron a Guillermo Billinghurst, que finalmente sería elegido presidente.

En 1915, Augusto Durand se hace cargo de la dirección del diario, apoyando al civilista José Pardo. Durand luego fue elegido diputado de Lima, y más tarde embajador del Perú en Argentina. Se hizo cargo de la dirección del diario el diplomático Carlos Rey de Castro, en enero de 1917.

En las elecciones de 1919, que dieron el triunfo a Augusto B. Leguía, La Prensa y El Comercio apoyaron al candidato opositor, Ántero Aspíllaga. Ambos diarios luego pagaron las consecuencias después del cuartelazo que depuso a José Pardo. El 10 de septiembre, las autoridades de Leguía denunciaron una conspiración golpista y se ordenó el arresto de los implicados. Ese mismo día, grupos armados asaltaron las sedes de La Prensa y El Comercio. Al poco tiempo, volvió a circular bajo la dirección de Luis Fernán Cisneros, pero ya en ese momento Leguía prohibía toda información contraria a su régimen, con lo que se decidió su venta y adquisición. El 23 de enero de 1921 la policía desalojó la sede de donde se publicaba el diario y capturó luego al director y a

otros políticos opositores como Victor Andrés Belaunde, quienes fueron deportados a Panama.

Un amigo de Leguía, el colombiano Forero Franco asumió la dirección editorial y Leopoldo Cortés asumió la dirección política. Durante el gobierno de Leguía llamado el Oncenio el diario se convirtió en el vocero incondicional de la Patria Nueva del presidente.

El diario era dirigido aún por Ravines, hasta que finalmente fue reemplazado brevemente por Carlos Rizo Patrón y finalmente el diario quedaría definitivamente al mando de Pedro Beltrán, quien logró enviar al personal del diario a capacitación en Nueva York e impuso una severa disciplina laboral. El novedoso diagramado, los titulares distintos y la excelente redacción eran una innovación en el periodismo peruano. Beltrán puso en práctica un sistema de premios agregados al sueldo y de acuerdo a las cifras de ventas. Los periodistas que trabajaban para el diario ya eran los más pagados del medio. Se atribuye a Beltrán la introducción al Perú del estilo objetivo y las técnicas de la pirámide invertida, popularizadas por la Associated Press.

La renovación del diario y su consolidación continuó activamente durante la década de 1950, con la creación del diario vespertino Última Hora que introdujo un léxico vulgar aunque solamente se usó en los titulares. Tuvo un suplemento dominical denominado Siete días del Perú y el mundo, que se publicó separadamente a partir de 1974.

En el gobierno de Juan Velasco Alvarado el 27 de julio de 1974, se promulgó el decreto de expropiación de los diarios. La Prensa debía ser manejada por las comunidades laborales, pesqueras, mineras, etc. Sin embargo, los diarios eran dirigidos por directores allegados al gobierno militar. El 28 de julio de 1980, su propiedad fue transferida a los trabajadores allegados a Pedro Beltrán. Sin embargo, la crisis económica y la competencia con otros nuevos diarios lo llevó a su cierre.

Su última edición salió a la venta el 27 de julio de 1984, siendo su director Arturo Salazar Larraín y con apenas cuatro páginas.

1.3.2- Diario el Comercio

Fundado el 4 de mayo de 1839, sus fundadores fueron el chileno Manuel Amunátegui y el argentino Alejandro Villota, quienes tuvieron a su cargo la dirección hasta 1861, en que la muerte del segundo dejó a Amunátegui sólo al frente del diario. En 1875 éste último entregó la dirección a José Antonio Miró Quesada, quien hasta entonces se había desempeñado como un brillante periodista y corresponsal del diario en el Callao y como redactor del “South Pacific Times”. Este se asoció con Luis Carranza, sobrino político de Amunátegui y destacado médico y periodista ayacuchano, que lo acompañó en la consolidación de la empresa periodística hasta su muerte, ocurrida en 1898. Desde entonces y hasta 1905, José Antonio Miró Quesada afianzó el Diario, lo modernizó dotándolo de mejores equipos y convocó a las mejores plumas periodísticas y literarias. No por nada se le ha llamado ‘el segundo fundador de El Comercio’.

En 1905 asume la dirección Antonio Miró Quesada de la Guerra, hijo de José Antonio Miró Quesada, quien no sólo realizó una gran labor en la conducción del diario, sino que además descolló como político y diplomático. A su muerte, y el de su esposa por un fanático en mayo de 1935, asumió la dirección su hermano Aurelio Miró Quesada de la Guerra, cuya gestión anterior como administrador del Diario legó a las futuras generaciones.

Entre los años de 1974 y 1980, los dueños de los medios de comunicación sufrieron la confiscación de sus diarios, televisoras y radios a manos de la Junta Militar de Gobierno. Sólo con el retorno a la democracia, en julio de 1980, se repararía este atropello con la devolución del decano de la prensa nacional a sus legítimos dueños, asumiendo entonces la dirección general don Oscar Miró Quesada de la Guerra, Racso.

Luego de la muerte del doctor Aurelio en, 1998, quedarían como directores generales el segundo de ellos y Don Francisco Miró Quesada Cantuarias, y, desde 1999, Alejandro Miró Quesada Cisneros es el director.

A lo largo de su historia, El Comercio ha tenido nueve cambios de rotativa. Sus primeras ediciones fueron impresas en una prensa manual marca Scott. En 1855 adquirió una prensa de reacción de la Casa Marinoni que funcionaba por la fuerza del vapor y sirvió a El Comercio por casi 50 años. El 19 de enero del 1902 se adquirió la rotativa Marinoni, accionada por electricidad, que revolucionó la industria tipográfica en el país conjuntamente con cuatro teletipos y que imprimía ediciones de ocho páginas. En 1917 se adquirió la rotativa del sistema Goss, que imprimía 32 páginas a razón de 24.000 ejemplares por hora. Otras rotativas fueron la Hoe, la Lithomatic II (offset) y la Goss Newsliner. Esta última imprimía 75.000 ejemplares por hora a todo color y fue inaugurada en agosto de 1997. El 28 de junio de 1984 El Comercio pasó del sistema de estereotipia al de fotocomposición y del tradicional procesamiento en caliente, con empleo de plomo, al moderno sistema offset.

La innovación también se produjo en el campo de la redacción. Desde la introducción del color, las páginas de este Diario muestran renovaciones en materia de diseño impuestas por la tipografía y la diagramación computarizada. Ya en 1953 El Comercio había comenzado a publicar el suplemento cultural Dominical, que tuvo gran aceptación, lo mismo que el geniograma que apareció en 1960 y sigue hasta nuestros días. En los últimos lustros El Comercio se ha caracterizado por la publicación de variadas revistas, como SOMOS, y muchas otras más así como suplementos que han tenido gran éxito en el público. El Comercio también está en Internet.

A lo largo de su más de siglo y medio de existencia, El Comercio no sólo ha cubierto los grandes acontecimientos y sucesos nacionales e internacionales, sino que además, en diversas oportunidades se ha identificado con ellos y ha sido partícipe, cuando no estímulo, de los mismos. El ejemplo más importante de ellos lo constituye, sin lugar a dudas, en el siglo XIX, la campaña por la libertad de los esclavos y en el siglo XX el llamado Plan del Perú, que buscaba realizar una radiografía completa del país y cuyo empeño para concretarse tomó cinco años. Además está la gran causa nacional que el diario no sólo auspició, sino también promovió de manera singularmente entusiasta: la colecta Pro

Marina, que buscaba reemplazar al buque insignia de la Armada nacional, el crucero "Grau".

1.3.3.- Diario La República

El diario fue fundado el 16 de noviembre de 1981 y pertenece al Grupo La Republica. Generalmente se lo asocia con el sector político de centro izquierda moderada aunque es respetuoso de otras ideologías políticas. Su Director-Fundador fue Gustavo Mohme Llon, actualmente su director es su hijo Gustavo Mohme Seminario.

El diario fue lanzado en formato berlinés el 16 noviembre de 1981 para luego reducirse a formato tabloide a fines de aquella década. Desde 1998 retomó el berlinés hasta 2004 en que regresa a tabloide. El 30 de noviembre de 2011 con ocasión de una renovación de su diseño gráfico, volvió a su original formato berlinés.

2.- El Diario ‘Última Hora’ y el Nuevo Periodismo

Fue un diario peruano, hoy extinto, publicado entre 1950 y 1984, y de nuevo entre 1989 y 1992. Fue el primer diario en popularizar el lenguaje coloquial peruano, hoy común en los diarios populares.

Pedro Beltrán introdujo al Perú el estilo objetivo en la prensa escrita, y las técnicas de la pirámide invertida popularizadas por la Associated Press en los Estados Unidos, y que ya fueron adoptadas en otros países latinoamericanos, como en México, Argentina, y Brasil. Al asumir Beltrán nuevamente el control de La Prensa tras el asesinato del director Francisco Graña en 1947 decidió desarmar el viejo modelo impuesto en la prensa peruana durante décadas y optó por las características avanzadas del New York Times y el Herald Tribune. Había conseguido los manuales de estilo norteamericano y envió el personal a Nueva York, a Carlos Rojas Moreno entre otros, para su entrenamiento. Impuso además una severa disciplina laboral, algo nunca visto en el periodismo peruano sin horarios fijos.

El acelerado crecimiento de la ciudad de Lima, debido a las migraciones de la sierra, era espectacular durante los años de la Segunda Guerra Mundial y el boom de los precios de las materias primas.

En 1947, el Boletín de Estadística Peruana correspondiente al tercer trimestre, estimaba la población de Lima en 835.468 habitantes. En menos de diez años, la población de Lima aumentaba debido a la migración del interior, en su mayoría agrícola o campesina.

El título propuesto por el nuevo diario fue sin duda tomado del periodismo chileno, pues un vespertino había sido fundado en octubre de 1943 por Carlos Becerra, llamado Las Noticias de Última Hora, de tamaño tabloide con titulares grandes, de intención popular.

El 13 de enero de 1950, pasadas las cinco de la tarde, los canillitas vocearon por primera vez Última Hora al precio de 40 centavos. Su primera edición era de apenas 16 páginas. Sin embargo, tres meses después de su lanzamiento, el diario no pudo pasar de una circulación de 4.000 copias por día, por lo que no era rentable en un principio. Hasta que finalmente, Raúl Villarán y Ruiz Caro, se hicieron cargo del diario.

La edición del 9 de diciembre de 1950, con el titular "Chinos como cancha en el paralelo 38" aludiendo a la creciente presencia de la China comunista en Corea, causó un aumento súbito de su circulación. Última Hora fue el primer diario en usar el lenguaje popular en el Perú. Raúl Villarán, quien asumió la dirección del diario en abril de 1950, deja el cargo en 1952 para ir hacia los Estados Unidos. Pero luego tendría competencia: en 1953, La Crónica lanzó dos ediciones, una llamada La Segunda, que no llegó a prosperar, y La Tercera, que se convirtió en un éxito de ventas debido a su enfoque deportivo y popular.

En 1974, el diario fue expropiado junto con los demás de circulación nacional en el gobierno de Juan Velasco Alvarado. Según el proyecto de expropiación, la gran prensa peruana quedaría en manos de los sectores organizados de la sociedad. Última Hora debía ser administrado por las organizaciones de servicios. Sin embargo el proyecto fracasó

puesto que la expropiación de la prensa escrita nunca se completó, quedándose entonces el proceso en una mera confiscación.

En 1980, los diarios fueron devueltos a sus propietarios, incluido Última Hora. Sin embargo, la crisis económica que atravesaba el Perú en ese entonces hizo inviable continuar con la publicación del diario, cuyo último número salió a la venta el 13 de septiembre de 1984, aunque prometieron volver a publicar el diario una semana después. En octubre de 1987, la revista Caretas anunció que Guillermo Thorndike relanzaría el diario un año después, sin embargo, el proyecto no prosperó. El 14 de septiembre de 1989, la Empresa Peruana de Comunicaciones relanzó el diario con las mismas características dejadas hace un lustro. Incluso sacó una guía semanal de televisión, Teve Hora que se publicaba los viernes. Sin embargo, el modelo no funcionó debido a que los gustos populares habían cambiado durante los cinco años transcurridos.

Última Hora intentó transformarse en un diario serio, pero sólo pudo sostenerse por poco tiempo. Cerró definitivamente en 1992, bajo la dirección de Víctor Robles Sosa.

Esto pasó con Última Hora, cuya concepción original de vespertino fue un fracaso hasta que lo asumieron dos jóvenes que luego serían periodistas notables: Raul Villarán (22) y Efraín Ruiz Caro (20).

Me pregunto si hoy alguien entregaría un diario a dos muchachos como aquellos, que tenían tan poca experiencia –aunque Villarán ya venía trabajando en el ramo desde hacía unos tres años. Y el resto de la redacción andaba por las mismas edades.

Hay que reconocer que fue un gesto de audacia del solemne Pedro Beltrán dejarles la responsabilidad al hiperactivo y audaz Villarán, que ya rozaba los cien kilos, y al perpetuo entusiasta Ruiz Caro que prácticamente se mudó a la redacción. Se añadieron Luis Loli, Guillermo Cortez Núñez, Carlos Meneses el único que había estudiado periodismo, en San Marcos, Emilio Bobbio, Pedro Alvarez del Villar, Guido Monteverde, Manuel Robles, y otros que olvido ahora, formando un sólido equipo de bohemios veinteañeros que fumaban

como chinos y bebían como cosacos disfrutando como nadie del placer de hacer periodismo.

Esa sala de redacción era un espectáculo. Cargada de humo, con la radio con mambos a todo volumen, gritos y maldiciones de Villarán y un cartel en la puerta “Prohibido el ingreso a cobradores y poetas”.

El equipo inicial se deshizo hacia 1954. Villarán se marchó a fundar el semanario “Extra”, Ruiz Caro entró de lleno a la política y fue elegido diputado en 1956. Alvarez del Villar emigró a México y, otros muchachos tomaron la posta haciendo de Última Hora un diario entretenido, con buena sintonía para temas populares.

Con los años fueron fundados tabloides quizá mejores pero hay que reconocer que ninguno ha tenido, hasta ahora, tal redacción con la calle y esquina de esos muchachos. Esa fue una de las claves de su éxito hasta hoy irreplicable

La reciente aparición del nuevo libro de Juan Gargurevich R., *Última Hora*. La fundación de un diario popular (La Voz Ediciones, Lima, 2005) es una interesante reconstrucción tanto del contexto nacional como de las características mismas de un diario que revolucionó el periodismo en el Perú, especialmente en el lenguaje y sus modos de comunicarse, desde su fundación, ocurrida en 1950.

Sin perder de vista los antecedentes históricos del periodismo en nuestro país y enlazando la "aventura periodística" a los intereses económicos que la hacen posible, Gargurevich nos recuerda que *Última Hora* fue parte del proyecto de Pedro Beltrán, representante de la fracción de la burguesía agraria que aspiraba a llegar a la presidencia de la República. Beltrán fue director del diario *La Prensa* y comandó un proceso de modernización que dejó escuela en el periodismo nacional y que forjó brillantes profesionales.

Si bien Gargurevich abarca todo el recorrido de *Última Hora*, es decir, desde 1950 hasta 1991, año de su desaparición de los quioscos, lo central de su análisis se encuentra en el

momento fundador: 1950-1953 que es el que definió la personalidad del mencionado vespertino. Así, el autor nos recuerda el reinado del mambo, los personajes de la época, los periodistas del momento, los sucesos mundiales más trascendentales (son los años posteriores de la entonces reciente Segunda Guerra Mundial y el estallido de la Guerra de Corea), la influencia de la radio (aún no se había inventado la televisión), la coyuntura política, estaba en la cúspide del poder el general Manuel A. Odría, la clandestinidad del APRA, el asilo en la Embajada de Colombia de Haya de la Torre, la persecución de la oposición, entre otros aspectos que nos dan una cabal idea del momento en que surgió el diario más.

Lamentablemente, se trata de un sentido de comunicación que ahora se ha pervertido y que tiene su expresión más anti-ética en los llamados "periódicos chicha".

En *Última Hora* el titular era el gancho para la venta, pero en los interiores había un periodismo de verdad, hasta la página de espectáculos -de Guido Monteverde- estaba bien escrita y fundó cánones. Ahora, los sucesores chicha han trastocado todo: la forma por el fondo, el chisme por la noticia, la insinuación por la investigación, las ventas por los valores. *Última Hora* alcanzó records de ventas al mismo tiempo que creó una manera de hacer periodismo.

La Prensa es sintomático lo dicho, pues luego de unos años de tanta densidad ideológica y de formación de agrupaciones políticas trascendentales el enfrentamiento político pasó fundamentalmente por el periodismo y los grupos de presión.

En efecto, recordemos que la vida política sufría de otra etapa de oscurantismo, como es costumbre en la vida peruana. Los partidos radicales y populares fueron confinados a la ilegalidad. Incluso, ciertos sectores de los grupos privilegiados también fueron hostilizados por no corresponder a los planes del dictador Odría, quien en elecciones amañadas se mantuvo en el poder, eliminando de la competencia a sus adversarios. En otras palabras, los partidos políticos, base de la competencia política, prácticamente desaparecieron de la escena oficial.

Por otro lado, la disputa de ideas ya no se vio reflejada en los programas partidarios ni mucho menos en obras de largo aliento. Las ideas y las propuestas político-ideológicas se canalizaban por los años cincuenta del siglo XX vía los medios de comunicación, especialmente los diarios. La opinión pública encontraba en ellos la base de su conformación. Más aún, recordémoslo, en un país que comenzaba a despoblarse en las provincias para súper poblar la capital por la vía de las migraciones masivas del campo a la ciudad.

Se forjaba un nuevo público, una nueva audiencia, con su propio lenguaje y circunstancias. Y fue justamente ahí adonde apuntaron, con éxito indiscutible, los nuevos periodistas del periodismo nacional, representados por *Última Hora*: nuevo lenguaje escrito como si fuera hablado, alejado del acartonamiento e, incluso, de la pulcritud lingüística, alejado de la política y, al mismo tiempo, con mucho profesionalismo.

Sin embargo, se inicio la decadencia. No sólo periodística, claro está, sino también social, política, cultural. Nuestro periodismo, o una parte de él, es expresión de ese proceso de involución de la vida nacional. En todo caso, el estudio del periodismo, de su historia, de sus personajes, de sus formas, son una vía para reconocernos como colectividad, como partes de una difícil trayectoria como sociedad.

3.- La Prensa Chicha

Para una visión completa del fenómeno, tenemos que remontarnos a la aparición del primer tabloide en Lima, “La Crónica”, que causó gran impacto por su tamaño, los titulares con letras grandes, profusión de fotograbados y la introducción del sensacionalismo. Esto ocurrió el 7 de abril de 1912, bajo la dirección de Clemente Palma, hijo de don Ricardo, “El bibliotecario mendigo”, pero que lamentablemente tuvo una actitud francamente repudiable contra el poeta universal César Vallejo.

Si dicho diario, inspirado en el “Daily Mirror” de Londres, constituye un antiguo vestigio

de la más tarde llamada prensa amarilla, el diario “Última Hora”, aparecido en Lima el 13 de enero de 1950, fundado por el nefasto Eudocio Ravines pero con la decisión de Pedro Beltrán, dueño del diario “la Prensa”, es el verdadero promotor de esa tendencia que ha llegado hasta una degeneración total. Buenos periodistas trabajaron en esa publicación equivocadamente considerada como un vespertino, denominación aplicada a diarios cuya hora de circulación es pasado el medio día, que no era el caso de dicho diario. Igualmente consideraban que “Última Hora” no era un periódico sensacionalista sino popular.

Uno de los cargos más serios sobre esa prensa es, precisamente, haberse apartado del uso de la lengua común, prefiriendo la replana o jerga de los delincuentes.

Con la revolución industrial de fines del siglo XIX empieza la producción masiva de bienes, cuyas bases son la división del trabajo y el avance tecnológico. En el campo del periodismo se pueden lograr diarios de un penique, en Inglaterra o de un céntimo de dólar en los Estados Unidos de Norteamérica y se incorporan nuevos términos como mass mediático. Se habla frecuentemente de ello para referirse a la que viene a través de los tres medios de información más importantes: prensa, radio y televisión.

A partir de 1950, con el diario Última Hora empieza la oferta de diarios de bajo precio, de formato tabloide y de grandes titulares. También se introduce de manera muy sutil, la inclinación por el sensacionalismo. Las grandes masas populares, generadas por las migraciones andinas hacia Lima, cuyos destellos a través de la expresión “Lima es el Perú”, son las que se refugian en la prensa de bajo costo. Socialmente constituye un sector mayoritario, con un nivel cultural tan bajo como sus ingresos económicos. Los migrantes andinos, procedentes de la región central, quechuas monolingües, o bilingües subordinados, traen usos y costumbres que las practican e imponen en los asentamientos humanos en los que se resignan a vivir. Música, comidas, fiestas, modos de vivir y de vestir, creencias y tradiciones no cambian rápidamente el modus vivendi de estos grupos humanos. Estos pobladores son los que prefieren los diarios de bajo precio y adictos al sensacionalismo.

3.1.- Música y diarios chicha

Una correlación aceptable entre una palabra tan antigua como chicha y la aplicación a la música y al diarismo de los últimos años. Gargurevich (op.cit.) propone que a pesar de ser una bebida de tiempos inmemoriales, su etimología no está en el quechua sino en la lengua de los indios cuna de Panamá: reducción de la frase: chichah co-pah, en la cual el primer término significa maíz y el resto, bebida. El Diccionario de la Real Academia, XXII edición consigna igual referencia: (de la voz aborigen de Panamá chichah - maíz) Bebida alcohólica que resulta de la fermentación del maíz en agua azucarada y que se usa en algunos países de América. Con una ligerísima modificación en su redacción, el Diccionario Enciclopédico Larousse 2005 acepta la misma definición del término.

De manera más minuciosa, el Diccionario Enciclopédico del Perú nos ofrece una información: “Bebida que desde tiempo inmemorial se prepara en el Perú, a base de maíz. Era un elemento insustituible en las solemnidades de la vida prehispánica”. Con ella brindaba el Inca durante el Inti Raymi.

Ahora, cómo fermenta la chicha en la música popular de los años 60. Desde tiempo muy remoto, la población andina ha cultivado el huaino, ritmo alegre porque es bailable, pero de contenido triste en la letra. Vieja herencia de la cultura incaica, en la cual los temas de la ausencia, despedida, separación, añoranza del pueblo natal le han dado a la música vernacular un sello de tristeza muy típico. La música andina se propalaba en espacios de televisión transmitidos en las primeras horas de la mañana, con intérpretes que lograron fama como cantautores, entre quienes podemos mencionar a la Pastorcita Huaracina o al Jilguero del Huascarán, Flor Pucsrina y otros.

Durante los domingos, las grandes carpas y los coliseos, especialmente el de la Av. 28 de julio reventaban de espectadores. En la década del 70, los pobladores andinos intentan nuevos ritmos musicales, matizando los sonos nativos con la cumbia la nueva ola y el rock, con los que triunfan Los demonios del Mantaro, por ejemplo. Ya en la década siguiente, Beto Cuestas, líder del conjunto “Los ecos”, es el primero que utiliza la palabra

chicha al grabar un disco suyo. El periodista que lo entrevistó le agregó lo siguiente: “Aunque muchos no asumen lo de chicheros o chicha por el peyorativo manejo que hacen del término, otros sí se sienten orgullosos”. Grupos musicales como Los diablos Rojos o La nueva crema de Lorenzo Palacios, cantante conocidísimo con el nombre de Chacalón merecieron la preferencia popular por esa mezcla de cumbia rock y huaino que se inscribió como música chicha en los amplios ambientes de los llamados Chichódromos.

Mientras la clase media tenía preferencia por la salsa con su sonero mayor, Oscar de León o la cubana Celia Cruz, los sectores populares de Lima seguían a Los Shapis, Los diamantes, Pintura Roja y otros. Los primeros emigraron a Argentina en donde pegó mucho el nuevo ritmo y se formaron conjuntos propios en Buenos Aires.

Es una expresión cultural de los inmigrantes andinos que el nuevo diccionario de la Real Academia consigna en su quinta acepción con los siguientes términos: “5. Perú U. en apos. Para referirse a cualquier manifestación cultural de origen occidental interpretada y desarrollada por inmigrantes andinos en ciudades grandes como Lima. Cultura chicha, música chicha” Aunque la definición no es completa, por lo menos recoge la nueva versión del término chicha con el cual también se califica a un nivel cultural deficiente, una población de inmigrantes andinos que se unen para celebrar sus fiestas nativas con una música propia llamada la cumbia peruana.

3.2.- Los diarios chicha

Muy insensible ha sido el tránsito de la palabra chicha, aplicada a la música, a los medios impresos de información. Se dice que en un estudio de ESAN consta el uso del término por primera vez. Lo cierto es que en la década del 90, Lima se convierte en la capital de un periodismo de nuevo tipo. Ya circulaban diarios sensacionalistas, algunos mesurados, otros extremos, como Página libre, La Nación, La mañana, El mañanero que podrían estar considerados dentro de la prensa chica de carácter popular, todos ellos de formato tabloide, cuyo único exceso es abrir las puertas a la corriente conocida con el nombre de sensacionalismo o prensa amarilla.

Más adelante ganan las calles de Lima los diarios chicha que se extienden a provincias, con características tan notorias que no es difícil reconocerlos y supuestamente diferenciarlos de otras publicaciones que no merecen ser consideradas como diarios chicha. En la prensa popular, al alcance de todos por su bajo precio, no hay sensacionalismo, ni violencia ni una desmedida inclinación por la morbosidad, ninguna de las características de los diarios chicha y que son las siguientes:

El nombre, las empresas que se encargaron de la conducción de estos diarios escogieron nombres que no guardan ninguna relación con el proceso comunicativo, aparte de preferir palabras no del español que hablamos, sino de origen jergal y hasta sacadas de la replana. El propósito -equivocado por cierto- era usar como nexo una palabra que abriera las puertas de la popularidad. Así nacieron Ajá, P-al micro, La Chuchi, El palo de Susy, La Yuca, El tío, El Chino. El colmo de la grosería está en una publicación que está muy lejos de considerarse como un periódico, con el repudiable nombre de Chesu..., está dirigido por Carlos Osambela, se jacta de ser La revista terapéutica anti estrés y en el fondo no es sino una vulgar publicación pornográfica.

Los diarios de formato tabloide utilizan letras de mayor cuerpo que el estándar para los titulares de primera página.

Los diarios chicha, caen en un sensacionalismo exagerado y aplican en la impresión los colores fuertes o planos: amarillo, azul y rojo, con diferentes matices hartos llamativos. Naturalmente que esto no es sino un recurso para llamar la atención del lector, ante la pobreza de sus contenidos.

Vedetismo, así se llama en la prensa chicha al uso de fotografías de vedetes muy conocidas en el mundo de la farándula, cuya vida privada es el renglón al que le dedican mayor espacio. Las fotos que se exhiben en primera plana son de mujeres por lo común semidesnudas en poses que les permiten mostrar sus nalgas a las que le llaman cucú. Casi en todos aparecen las mismas artistas y las mismas poses, aunque El Trome reproduce

fotos extraídas de revistas con inclinación sicalíptica. Algún director de estas publicaciones ha revelado que ponen tales fotos porque en un estudio realizado en Lima, el lector peruano ha mostrado su predilección por las ancas y no por los senos, puesto que les sugieren maternidad o lactancia.

Uso de replana o la jerga de los delinquentes suelen aparecer en los titulares de primera plana y en las informaciones de páginas interiores. El sector juvenil de ese nivel cultural ha introducido muchas palabras que son empleadas frecuentemente. La jerga, como una modalidad de lenguaje que sirve de vínculo entre personas de la misma profesión o de igual situación, contribuye a enriquecer nuestra lengua, pero la replana crea términos exóticos porque es un medio de defensa o de seguridad y un diario no debe ofrecer dificultades para su lectura.

Bajo precio, para estar al alcance de los sectores populares, los diarios chicha se pagan a cincuenta centavos el ejemplar. A diferencia de los diarios de circulación nacional o diarios grandes en provincias, que tienen en la publicidad el más seguro soporte financiero, los diarios chicha no gozan de esa garantía porque los anunciantes no los prefieren. Esta dura realidad conduce a que vivan únicamente de las ventas para seguir subsistiendo y la mayoría se ven obligados a permitir la publicidad de ofertas sexuales, incluyendo fotos a color y hasta la tarifa por los servicios.

3.3.- Diarios Chicha y sus lazos con el Fuji-montesinismo

Durante los diez años del gobierno de Alberto Fujimori (1990-2000), las campañas psicosociales destinadas a distraer a la opinión pública de los problemas políticos del país, exaltar la imagen del gobierno y desprestigiar a la oposición política, han llegado a niveles sin precedentes en la historia del Perú y pocas veces vistos en la historia de Latinoamérica. Estas campañas son planeadas en el Servicio de Inteligencia Nacional (SIN), bajo la dirección del asesor presidencial Vladimiro Montesinos (ex-capitán expulsado del ejército) y con la colaboración incondicional de todos los canales de televisión de señal abierta y diversos diarios y revistas de circulación nacional, en particular los denominados "diarios-

chicha", tabloides sensacionalistas de muy bajo costo dedicados a la difamación de los principales representantes de la oposición al régimen. Informes publicados en medios de prensa opositores revelaron que estos diarios estarían financiados por el gobierno. Las campañas psicosociales también se han llevado a la internet, a través de mensajes anónimos en las listas de interés de correo electrónico y en páginas web como la de "Aprodev", donde se publicaban libelos contra diferentes personajes considerados como enemigos del régimen.

Distracción de la opinión pública; desde su inicio, el gobierno de Fujimori se ha beneficiado de noticias sensacionalistas que suelen coincidir con actos políticos controversiales, tales como revelaciones de corrupción, actos inconstitucionales y las denuncias de irregularidades realizadas durante el último proceso electoral. Estas noticias o "cortinas de humo" suelen estar referidas a intimidades de personajes de la farándula, escándalos en los denominados talk-shows e información deportiva; por poner un ejemplo, cuando el gobierno destituyó a tres magistrados del Tribunal Constitucional por oponerse a la ley que permitía la tercera postulación presidencial de Fujimori, en junio de 1997, los programas periodísticos de la televisión se dedicaron a la denuncia de "acoso sexual" hecha por la congresista-vedette Susana Díaz contra el también congresista Miguel Ciccía; éste, luego, apareció semidesnudo en cámaras.

La escasez de programas culturales y periodísticos independientes en la televisión de señal abierta contrasta notoriamente con la proliferación de talk-shows considerados denigrantes por los críticos, cómicos de muy mal gusto, programas dedicados únicamente a hurgar en la vida privada de los artistas y programas deportivos. La situación no es mejor en los "diarios-chicha", cuyo contenido incluye titulares escandalosos en la carátula, pornografía, violencia, notas esotéricas, intimidades de personajes conocidos, difamación y propaganda gobiernista, aunado todo esto a una sospechosa homogeneidad entre sus portadas.

Exaltación de la imagen del gobierno; el control ejercido sobre la prensa, obtenido mediante presión tributaria y amenazas judiciales permite la censura de noticias incómodas al régimen, la tergiversación de la información y hasta la abierta mentira a favor del

gobierno. Esto fue muy evidente durante la última campaña electoral, cuando los canales de televisión de señal abierta transmitían en forma abrumadora la propaganda oficialista y los mítines políticos del candidato Fujimori, mientras se negaban a transmitir la propaganda de los candidatos opositores y sus manifestaciones públicas. La propaganda del gobierno en los "diarios-chicha" es incesante: titulares enormes con las promesas electorales de Fujimori y los supuestos logros de su gobierno. La propaganda gobiernista rebasó el ámbito de la prensa y llegó a involucrar al ejército, que se dedicó a repartir volantes entre la población y a pintar gigantescos mensajes de propaganda en los cerros que rodean Lima, incluyendo el histórico cerro San Cristóbal. Las entrevistas televisivas hechas a los representantes del gobierno son mucho más condescendientes que las destinadas a los opositores, evitándose a los primeros todo tipo de preguntas incómodas o comprometedoras, en tanto que a los segundos se les ataca despiadadamente.

Desprestigio de la oposición; cualquier persona o institución que de algún modo sea crítica con el gobierno, puede ser objeto de campañas sistemáticas de difamación a través de la televisión y la prensa adicta, campañas que no dudan en recurrir a la calumnia y que permanecen en la más absoluta impunidad; cabe señalar que Moisés Wolfenson, director de El Chino, uno de los más acérrimos defensores del régimen, salió elegido congresista por el partido político de Fujimori en las elecciones del 2000; durante su campaña proselitista su diario anunciaba, con "una calata a la derecha, un titular donde desparramaba su habitual y vulgar verborrea y lo más escalofriante la foto de una niña mirando atónita el cadáver de un bebé quemado", el rostro del candidato acompañado de la siguiente frase: "por el deporte y los niños, vote por el 69 de Perú 2000" fuente Caretas 1610.

Una de las primeras campañas de desprestigio fue la que realizó Fujimori, durante los primeros 2 años de su gobierno, contra el Congreso y el Poder Judicial. Continuas denuncias de corrupción difundidas por los medios afines y una actitud innecesariamente hostil por parte del presidente, fueron la preparación psicológica para el golpe de estado de 1992, campaña que se tradujo en un apoyo mayoritario de la población peruana, convencida por la propaganda de que "no había otra salida". Denuncias fundamentadas de secuestros, asesinatos y torturas son minimizadas rápidamente argumentando "autosecuestros" o

"autotorturas" para "desprestigiar al gobierno"; luego de la denuncia del periodista Fabián Salazar contra supuestos agentes del SIN que le cortaron el brazo con una sierra para arrebatarse unos videos comprometedores, algunos canales de televisión y diarios oficialistas difundieron la tesis de que el mencionado periodista se había cortado a sí mismo con un bisturí, como parte de una campaña para "desestabilizar el régimen". Durante la última campaña electoral, los candidatos opositores han sido víctimas de feroces e incesantes ataques de los medios oficialistas. Diariamente, los "diarios-chicha" inundaban los quioscos con insultos de todo calibre y acusaciones completamente falsas y sin fundamento alguno. Los programas supuestamente periodísticos de la televisión se dedicaban a acusar a los opositores de "mentirosos" o "traidores a la patria", a "descubrir" hijas no reconocidas o a inventar inverosímiles conspiraciones internacionales.

En internet se construyó una página web denominada Aprovech - Asociación Pro-Defensa de la Verdad, en la cual había información difamatoria contra representantes de la oposición. Los simpatizantes del gobierno no dudan tampoco en inundar algunas listas de interés de correo electrónico con cuentas anónimas, llenando de insultos y amenazas a quienes expresan sus discrepancias políticas.

Tomando como modelo la descripción de J.A.C. Brown (Técnicas de persuasión, 1963), la propaganda gobiernista de Fujimori utiliza las siguientes técnicas:

Empleo de estereotipos: La propaganda se encarga de formar o reforzar imágenes preconcebidas en la población acerca de los personajes que constituyen los objetivos de la misma. El más conocido de estos estereotipos es el del "político tradicional" en contraposición al "no tradicional" o "independiente", visto el primero de ellos como ineficiente, corrupto, simpatizante del comunismo o comunista y ansioso de "regresar al pasado", en tanto que el segundo es tipificado como eficiente, honesto, pragmático, enemigo del terrorismo comunista y "preocupado por el futuro".

Selección: Como ya se mencionó, los medios informativos controlados minimizan o hasta ocultan las informaciones desfavorables al gobierno, en tanto que sobredimensionan todo aquello que de alguna manera le resulte conveniente a su imagen. El régimen no dudó en

arrebatarle al empresario Baruch Ivcher su empresa de televisión Frecuencia Latina cuando comenzó a emitir denuncias contra la corrupción y abusos de derechos humanos, en 1997.

Mentira abierta: La mentira en el gobierno de Fujimori se ha convertido en algo cotidiano. Mienten los medios de prensa parametrados, mienten los congresistas del gobierno, mienten los ministros y miente el mismo presidente en forma repetitiva y desde antes de llegar al poder (basta recordar la famosa excusa de la "intoxicación por bacalao", que Fujimori inventó para eludir la presentación de su plan de gobierno en 1990). Las mentiras se manifiestan a través de promesas electorales incumplidas, promesas de "democratización", calumnias a los opositores, actitudes fingidas, negar hechos comprobados e inventar o exagerar supuestos triunfos.

Repetición: El bombardeo continuo y masivo de la propaganda consigue que algo de la información quede en la mente del público, por más falso que sea su contenido "miente, miente, que algo queda", decía Goebbels. Meses antes de iniciarse oficialmente la campaña electoral de Fujimori, el slogan "Perú, país con futuro" fue difundido en canales de televisión, carteles en la vía pública, pintas en paredes y gigantescos mensajes pintados en los cerros que rodean a la capital. Iniciada la campaña, el slogan fue ligeramente cambiado por "Perú 2000", el nombre del partido que lanzó la candidatura de Fujimori.

Afirmación: El propagandista no suele sustentar sus afirmaciones, sino que prefiere proclamarlas como verdades incuestionables. Todas las entrevistas hechas a Fujimori a lo largo de su gobierno por los medios afines han carecido de cualquier tipo de cuestionamientos serios o preguntas incómodas, y se han limitado a discursos arreglados de antemano. Asimismo, ninguna de las múltiples promesas electorales del presidente ha sido sustentada coherentemente y jamás ha presentado un plan de gobierno ni ha participado en un debate político desde 1990.

Señalar al enemigo: Como toda dictadura, el gobierno de Fujimori se proclama como el abanderado contra los "enemigos de la patria", variopinto grupo que incluye desde terroristas de extrema izquierda hasta opositores democráticos, defensores de derechos

humanos y gobiernos extranjeros, a los que se culpa de todas las desgracias pasadas y presentes del Perú.

4.- Los diarios de fin de siglo y del nuevo milenio

4.1.- Diario Correo

Fue fundado en Tacna en 1962 por el empresario pesquero Luis Banchero Rossi , dando comienzo así a la Empresa Periodística Nacional S.A., EPENSA, reemplazó allí al diario Sur.

En 1974 cuando la prensa peruana fue expropiada por el gobierno dictatorial de Juan Velasco Alvarado, este diario pasó a ser dirigido por Hugo Neira.

Correo circuló en Lima sólo hasta inicios de la década de los años 1980, pero continuó editándose en ediciones locales en algunas ciudades del interior del Perú. Tras la caída del régimen de Alberto Fujimori en el 2000, vuelve a circular en Lima y al poco tiempo incrementa sustancialmente el número de sus ediciones locales en provincias.

Según sondeos de CPI, Correo se ubica en tercer lugar en número de lectores a nivel nacional. El editor general es Collins Candela, el jefe de informaciones y editor de Conexión es Antonio Manco. El personal de periodistas principales está integrado por Francisco Cohello, Karem Barboza, Carlos Navea, Piero Llamo, Mauricio Ottiniano, Damián Retamozo, Julio Cabrejos, entre otros.

Es de ideología, centro derecha, democrática cristiana, liberal y libertaria, es de formato tabloide con 24 páginas y secciones de política, local, economía, espectáculos, deportes y opinión.

En 2012 tenía ediciones impresas en Arequipa, Chimbote, Ayacucho, Cusco, Huancavelica, Huancayo, Huanuco, Ica, La Libertad, Lambayeque, Lima y Tacna, cada una con su director.

4.2.- Diario ‘Perú 21’

El 21 de agosto de 2002 nació Perú.21 con un tiraje de 65 mil ejemplares a 0.50 soles y 32 páginas por número. Además, estuvo acompañada de una edición digital desde el principio. La web programada en flash se mantuvo hasta abril del 2004, para ser reemplazada por una versión en HTML, posteriormente. “El diario Perú.21 nace como una necesidad estratégica para el Grupo El Comercio, con la finalidad de proteger nichos de mercado en los que no se tenía presencia”, señaló el ex director durante seis años del diario, Augusto Álvarez Rodrich. Agregó que Perú.21 se intentó acercar al nivel socioeconómico C, no obstante, los estudios realizados durante su gerencia reveló que tenía lectoría en los sectores A y B. Álvarez Rodrich manifestó que el precio fue elevado a 0.70 soles en el 2005 asumiendo el riesgo.

En realidad, terminó siendo provechoso para la empresa. Según la página web oficial del Grupo El Comercio: “El contenido de Perú.21 se elabora en la subsidiaria Prensa Popular S.A.C. y luego Empresa Editora El Comercio S.A., propietaria de la marca, comercializa la publicidad, imprime el Diario, y lo distribuye por los canales ya establecidos”.

Respecto a la organización básica de la redacción, la oficina del sexto piso del jirón Miró Quesada 247, en el Cercado de Lima, fue ampliada en 2010. En ese ambiente trabajan los redactores y editores de las secciones Política, Sociedad, Economía, Mundo, Escenarios, Perú, las ediciones regionales del norte y sur, la redacción web, los editores de cierre y el director. En este nivel también se encuentran los fotógrafos y diseñadores. 2002 “Perú.21”. El primer editor web fue el periodista Diego Peralta. Desde abril del 2006, el periodista Pedro Rivas asumió tal función hasta noviembre del 2008. Luego el periodista Alejandro Castro Backus se encargó de la edición web del diario. La redacción digital está conformado por siete personas.

5.- - La Plataforma tecnológica en los diarios: Periodismo Digital en el Perú

La visión de Internet como un espacio donde el usuario es el protagonista es sugerida por

Dan Gillmor quien define el término ‘Periodismo Ciudadano’ o ‘Periodismo 3.0’.

El trabajo periodístico y los periodistas están cambiando. Por un lado, Internet ofrece nuevas herramientas que son actualizadas constantemente y, por otro, el formato digital exige mayor velocidad en la publicación de noticias. Esta situación ha puesto en riesgo algunos valores esenciales de la profesión por los que hay que luchar, mucho más aún cuando un medio se excusa de no tener tiempo para verificar información. El reto: informar en tiempo real sin perder credibilidad. En tanto, el contexto se presenta favorable para el lector porque no sólo tiene la oportunidad de informarse en la red, también de informar a otros. Esta característica del usuario, como productor y consumidor no amenaza la labor del periodista si es que éste sabe aprovechar Internet para construir una noticia, compartirla y relacionarse con su público.

Por otro lado, los problemas económicos de algunos medios, a raíz de la menor inversión en publicidad o la reducción de su circulación, han provocado una serie de despidos y cambios en las estructuras de las empresas periodísticas. Con la intención de superar estas crisis, algunas organizaciones de noticias apuntan a la convergencia periodística. Dicho proceso involucra que algunas empresas periodísticas fusionen sus redacciones de sus diversas ediciones impresa y digital e incluso que se integren con otros medios TV y/o radio. Este trabajo fue desarrollado porque las transformaciones por las que pasa el periodismo y sus profesionales después de la llegada de Internet afectan directamente a la sociedad.

IV.- DESARROLLO DEL MARCO TEÓRICO REFERENTE AL PREANÁLISIS

En esta parte de la investigación se busca ajustar de manera científica la elección de las 50 portadas establecidas como objeto de estudio en función a la teoría del ‘*Framing o encuadre*’, según Semetko y Valdermbug. De esta forma, se obtiene una elección más exhaustiva de las mismas y se mide de una manera más objetiva el marco de su importancia noticiosa y el motivo del por qué nos produciría impacto visual.

Estas portadas se encuentran distribuidas de manera aleatoria y no se toman en cuenta elementos de medición tales como fechas o el seguimiento de noticias concretas. Dentro de la justificación de estas portadas, como primera característica se encontrarán el tema del enfoque que más sobresale, éstas pueden ser, <<Atribución de responsabilidad>>, <<interés humano>>, <<conflicto>>, <<consecuencias económica>> y <<moral>>.

En la medida en que se realicen los estudios sobre pre-análisis, es muy probable que también se encuentren sub-enfoques como parte de la complejidad del discurso noticioso. Por tanto, se describirán también de manera concreta los elementos discursivos de estos sub-enfoques y luego, al finalizar tales procedimientos, se procederán a efectuar un resumen sobre estos acontecimientos y sus características discursivas dentro de los *encuadres (Framing)* y *sub encuadres noticioso (Sub-framings)*

Importante: Las portadas pre-analizadas se pueden observar en la primera parte del capítulo de anexos.

1.- A.- Datos de identificación básicos:**Fecha de publicación: 30 de enero del 2008****Titular de la portada: Fin al monopolio (ver anexo pp. 563)****B.- Indicadores relacionados al tema:****Temática de la portada:** Político**Carácter de la noticia:** positivo**C.- Encuadre noticioso****Atribución de responsabilidad (2)****Interés Humano****Conflicto (1)****Consecuencias económicas****Moral**

(1)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/grupos? La información refleja desacuerdo entre la empresa Lidercón, que es la compañía encargada de las revisiones técnicas, e Indecopi, que es el organismo que regula la competencia leal en el Perú, de ahí las premisas informativas del antetítulo, título y subtítulo que connotan desacuerdo entre las partes. **¿Reprocha una persona, grupo a otro?** Mediante el antetítulo, “Indecopi falla en contra de empresa Lidercón” y en el subtítulo: “Comuna apelará resolución y amenaza con llevar el fallo al Poder Judicial”. **¿La información se refiere a ganadores y perdedores?** En este caso, los ganadores serían, la Indecopi, la Municipalidad de Lima, y la sociedad en general puesto que ya no habría monopolio. Por el otro lado, los perdedores serían la gente de la empresa Lidercón.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información sugiere que un individuo o grupo es responsable del problema? Sí, se sugiere como responsable del problema a otro miembro tácito, al gobierno dado que permite que exista este tipo de monopolio a favor de la empresa Lidercón.

2.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 01 de marzo del 2008

Titular de la portada: Videíto manda (ver anexo pp. 564)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (2)

Interés Humano

Conflicto (1)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/grupos?, La información refleja un desacuerdo entre el Alcalde de Lima ex jefe del Grupo Colina (un grupo de Inteligencia militar que servía al gobierno) Martín Rivas y el ex Presidente de la República, Alberto Fujimori, en cuanto a la atribución de responsabilidades sobre los crímenes contra los derechos humanos a través de una cinta grabada y que lleva por titular principal, “Videíto manda”. **¿Reprocha una persona, grupo a otro?** Mediante la siguiente premisa, se establece el reproche de forma directa entre Martín Rivas y Fujimori a través del subtítulo: “En entrevista grabada, ex jefe del Grupo Colina, incrimina a ex mandatario sobre los crimines de La Cantuta y Barrios Altos”. **¿La información se refiere a ganadores y perdedores?** En este caso, los ganadores serían, de alguna forma, Martín Rivas, y con él la opinión pública al conocerse un poco más sobre las responsabilidades de estos crímenes; los perdedores serían Fujimori y con él todo su partido.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información sugiere que un individuo o grupo es responsable del problema?

Este tipo de noticias se sugiere como responsable del problema a Fujimori, al descubrirse sobre su alto grado de responsabilidad en los delitos de derechos humanos, así lo dice el subtítulo: “Fiscal Peláez sostiene que se está acreditando con mayor contundencia la responsabilidad del ex Presidente en la violación de los derechos humanos”.

3.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 02 de abril del 2008

Titular de la portada: Sigue mudo (ver anexo 565)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (2)

Interés Humano

Conflicto (1)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/grupos?, En la información se refleja desacuerdo entre el Alcaldía de Lima y la empresa Lidercón por no coincidir en las fechas que se reanudará el servicio. **¿Reprocha una persona, grupo a otro?** El reproche entre ambas partes está explícito a través del subtítulo: “Lidercón asegura que en 20 días reanudará el servicio, mientras que abogado de la Municipalidad de Lima cuestiona proceso arbitral y afirma que no conoce el fallo”. **¿La información se refiere a ganadores y perdedores?** En este caso, a pesar de que los reproches están muy a la par por ambas partes, sí que se puede establecer un cierto grado de ganador, el mismo que sería la empresa Lidercón por llevar cierta ventaja en el conflicto al hacer declaraciones ante la prensa; de modo contrario está el Alcalde de Lima, quien por no manifestarse ante tal situación, aparece de forma explícita en toda la portada como perdedor porque se hace ‘El mudo’.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información sugiere que un individuo o grupo es responsable del problema? En este caso, el Alcalde de Lima, apodado ‘El Mudo’, es el responsable directo, según el antetítulo explicado más arriba, debido a que no se manifiesta ante dicha situación política y de la cual daña su imagen.

4.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 01 de julio del 2008

Titular de la portada: Uña y mugre (ver anexo pp. 566)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (2)

Interés Humano

Conflicto

Consecuencias económicas

Moral (1)

(1)¿La información contiene algún mensaje moral? En toda la portada se establece una discurso de complicidad, desde la imagen trabajada en photoshop (miradas, sonrisas y gestos) hasta las premisas informativas del titular principal, ‘Uña y mugre’. Por tanto el mensaje sería la otra lectura, de establecer lo correcto en este tipo de circunstancias. **¿La información se refiere a la moral, Dios y otros principios religiosos?** Se refiere básicamente a una cuestión antiética, que bajo el fuerte contenido de complicidad entre los dos personajes, -Montesinos (Asesor de Fujimori durante su gobierno) y Fujimori(Ex Presiente de la República)-, ante un hecho de alto grado de corrupción política y social, se identifican en tales acciones principios éticos y morales transgredidos, así lo refiere en la parte del subtítulo: “Ex asesor puso en evidencia que sigue siendo socio del ex Presidente y lo eximió de responsabilidad en violaciones de los derechos humanos”. **¿La información propone prescripciones sociales acerca de cómo comportarse?** Dentro de una lectura directa, también se establece la contra-lectura, es decir dentro del discurso de complicidad en un juicio sobre corrupción, los personajes de la noticia, se siguen comportando de tal forma, por lo tanto la información propone de manera tácita, la forma cómo no se debe comportar en esta clase de circunstancias y es por eso que se establece una suerte de crítica, así lo dice en parte del subtítulo: “Ambos intercambiaron guiños, miradas y sonrisas en la audiencia en la Diroes”.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información sugiere que un individuo o grupo es responsable del problema? La información sugiere que Montesinos y Fujimori son los principales responsables del problema de corrupción y lo siguen siendo aún al mantener todavía la relación de *Asesor y Presidente*, durante el juicio en la Diros.

5.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 17 de noviembre del 2008

Titular de la portada: Álvarez Rodrich deja 'Perú21' (ver anexo pp. 567)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia: negativo**

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (2)

Interés Humano

Conflicto (1)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/grupos?, En toda la portada aparece el discurso de una posibilidad de fricción entre los periodistas del diario Perú21 y los dueños, que en este caso son el Grupo 'El Comercio', debido a que éste último habría accedido a los requerimientos del gobierno del APRA (partido de la estrella) por haber publicado una información incómoda para el gobierno, 'los petroaudios'. **¿Reprocha una persona, grupo a otro?** Mediante el siguiente subtítular se establece cierto reproche explícito: "Crisis de los 'Petroaudios' se cobra una víctima en la prensa independiente. Se rumorea presión sobre el Grupo El Comercio desde el partido de la Estrella. Nuestro director se despide; **¿La información se refiere a ganadores y perdedores?** En este caso, los ganadores serían los que lograron su cometido, el Grupo El Comercio y con él, el gobierno del partido de la estrella, APRA. Por el lado contrario, los perdedores, estarían Álvarez Rodrich y un grupo de columnistas que se solidarizaron con él, así lo dice en la

parte del antetítulo: “También renuncian columnistas Manrique, Rospigliosi, Palacios, Bruce, Basombrío, Tanaka, etc”

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información sugiere que un individuo o grupo es responsable del problema?

Este tipo de noticias sugiere como responsable del problema al gobierno del APRA por presionar al ‘Grupo El Comercio’ para hacer que el director Álvarez Rodrich renuncie.

6.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 30 de enero del 2009

Titular de la portada : Mintió (ver anexo pp. 568)

B.- Indicadores relacionados con el tema:

Temática de la portada: política y moral

Carácter de la noticia: negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas

Moral (1)

(1) ¿La información contiene algún mensaje moral? Sí, porque pone en evidencia la mentira de la contralora dentro de la caricatura de la nariz en forma de pinocho, lo cual la muestra como una gran mentirosa, además del titular en rojo, bajo la palabra clave, ‘MINTIÓ’. **¿La información se refiere a la moral, Dios y otros principios religiosos?** La información se refiere más a la ética que a la moral, pero sí tiene que ver también con el mandamiento de ‘No mentir’. **¿La información propone prescripciones sociales acerca de cómo comportarse?** De alguna manera sí porque más allá de que se la juzgue dentro de la caricatura que hacen de ella, además del titular; aparecen informaciones complementarias bajo las siguientes premisas: “**Ingrid Suárez no es Ingeniera Industrial ni egresada de la Escuela Técnica Superior de Guijón**”. Y en la información de la parte inferior aparece:

“Autoridades universitarias en España, confirman a Perú21 que designada contralora ni siquiera aparece de ese centro de estudios y en el Perú firmó documentos como Ingeniera. Incluso entregó falsos certificados de notas al Congreso” Con estas informaciones dejan claro una propuesta sobre cómo no comportarse siendo una figura pública, ya que de esta forma sólo burla la confianza del pueblo y deja un mal concepto de las autoridades del país.

Encuadre secundarios:

(2) Dentro del encuadre principal de **MORAL**, encontramos también el sub encuadre de **CONFLICTO** porque de alguna forma se establece quien gana y quién pierde. **¿La información se refiere a ganadores y perdedores?** Sí, en este caso, perdió la contralora mentirosa y ganaron los lectores.

7.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 15 de febrero del 2009

Titular de la portada: ¡Qué buena teta! (ver anexo 569)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: cultural, internacional

Carácter de la noticia: positivo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad

Interés Humano (1)

Conflicto

Consecuencias económicas

Moral (2)

(1) **¿La información proporciona un caso o “el lado humano” del tema?** Sí, porque el titular se refiere a la película peruana ‘La teta asustada’ como ganadora de la Bernidale en el 2009, la misma que encierra un caso humano sobre las violaciones de militares hacia las campesinas en diversos pueblos en la zona de Ayacucho, región muy maltratada durante el terrorismo en la década de los 80’s. **¿La información emplea adjetivos o anécdotas**

personales que generen sentimientos de indignación, empatía, ternura, simpatía o compasión? Sí, en el titular ‘Claudia y Magaly hicieron historia’; además el titular está relacionado a lo que se vio durante la presentación en el día en que ganaron el ‘Oso de oro’, que fue bastante emotiva, sobre todo cuando la actriz Magaly Solier, habló en quechua (en el segundo idioma más importante en el país) a todas las mujeres que sufrieron durante la guerra, <https://www.youtube.com/watch?v=gCtvZ4byuDU>;**La información entre en la vida privada o personal de los actores?** No, en el caso de Claudia Llosa, la directora; pero sí indirectamente con Magaly Solier, ya que ella es también campesina y ayacuchana, y por tanto, parte de su historia (la de sus padres, abuelos y amistades) se refleja en la película.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información contiene algún mensaje moral? Sí, a recapacitar sobre lo vivido, para que no se vuelva a repetir. **¿La información propone prescripciones sociales de cómo comportarse?** De alguna manera sí, invita a ser más reflexivos y comprensivos con la gente que sufrió en esa parte de la sierra del Perú.

8.- A.-Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 04 de abril del 2009

Titular de la portada: ‘BCR’ lo deja volar’ (ver anexo pp. 570)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: económica

Carácter de la noticia: negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas (1)

Moral

(1)¿Se mencionan pérdidas económicas o ganancias en la actualidad o en el futuro? Se menciona que el dólar sube tanto en la parte textual como en la imagen, simulando a un avión, por lo tanto el titular ‘El BCR lo deja volar, significa que el Banco Central de Reserva permite el alza del dólar. **¿Se mencionan costes o grado de gasto involucrado?** Sí, en la parte superior de la información menciona que dólar llegó a S/.3.22 **¿Se mencionan las consecuencias económicas de seguir o no seguir una línea de actuación?** Sí, en el sentido de que justifica la intervención del BCR, y al mismo tiempo da a entender que dicha actuación fue necesaria en la información a través del subtítulo, ‘Intervenciones del BCR son menores comparadas con las del año pasado’,

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información propone prescripciones sociales de cómo comportarse? Lo que propone es un consejo y evidentemente una forma de reacción hacia el alza del dólar bajo la siguiente premisa, ‘Expertos recomiendan mantener ahorros en ambas monedas’.

9.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 07 de abril del 2009

Titular de la portada: Hora cero (ver anexo pp. 571)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: Política, corrupción y moral

Carácter de la noticia: negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad: (1)

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? La información no responde directamente a esta pregunta pero el actor principal de la portada, que en su momento fue el Presidente de la Rep., luego se le

acusa por crímenes de lesa humanidad y cargos de corrupción. **¿La información sugiere información para el problema?** Sí, porque en la portada se establece que será juzgado por diversos cargos antes mencionados, en el título y el subtítulo, 'Hora cero' y 'Hoy sentencian a Fujimori por delitos de lesa humanidad' **¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?** Sí, porque al juzgar al ex Presidente de Fujimori sugiere que se está haciendo justicia a uno de los principales responsables de la época más oscura en la historia democrática del país.

Encuadres Secundarios:

(2) **¿La información se refiere a ganadores y perdedores?** Sí, en este caso, mediante la imagen y la parte textual se refieren a que el acusado perdió y con ello deja entrever que el pueblo ganó.

10.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 08 de abril del 2009

Titular de la portada: Condenado (ver anexo pp. 572)

B.-Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: Política, corrupción y moral

Carácter de la noticia: negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (1)

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas

Moral

(1) **¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema?** Al sentenciar a un ex Presidente de la República se está reconociendo que el gobierno fue culpable de tales crímenes y cargos de corrupción durante el mandato del acusado. **¿La información sugiere información para el problema?** Sí, al enajenarlo de la libertad a un ex Presidente de la República, se está haciendo justicia por

todas sus faltas cometidas durante su gobierno. **La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?** Sí, así lo manifiestan en la portada con el lenguaje icónico y la parte del titular, ‘Condenado’ y en el subtítular como ‘Fallo histórico: Fujimori fue sentenciado a 25 años de prisión’

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información se refiere a ganadores y perdedores? Sí, en este caso, mediante la imagen y la parte textual se refieren a que el acusado perdió y con ello deja entrever que el pueblo ganó.

11.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 10 de mayo del 2009

Titular de la portada: ‘No acabó el colegio’ (ver anexo pp. 573)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: Política y moral

Carácter de la noticia: Negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas

Moral (1)

(1)¿La información contiene algún mensaje moral? Sí, porque en la portada presentan a un congresista que no termino de estudiar, a través de una caricatura de un hombre con las orejas de burro, bajo el titular ‘No acabó el colegio’, es decir pone doblemente en evidencia su mentira **¿La información se refiere a la moral, Dios y otros principios religiosos?** Sí, pero más que moral es la falta de ética, en cuanto a la moral, se incumple uno de los mandamientos cristianos como es el no mentir, o en este caso no ser totalmente sincero. Esto se recalca en el subtítulo en color rojo, ‘más mentiras en su hoja de vida’. **¿La**

información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema? Sí, el congresista mentiroso y es por eso que se le ridiculiza; además él mismo confiesa que sólo estudió hasta tercer grado de la secundaria.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información se refiere a ganadores y perdedores? Sí, en este caso, mediante la imagen y la parte textual se refieren a que el congresista perdió al descubrirse una falta grave, y con ello la opinión pública ganó.

12.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 13 de junio del 2009

Titular de la portada: ‘Fuera los coimeros’ (ver anexo pp. 574)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: Política y corrupción

Carácter de la noticia: negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (1)

Interés Humano

Conflicto (3)

Consecuencias económicas

Moral (2)

(1)¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? Sí, porque pone de manifiesto el grado de corrupción que hay en la policía nacional y que es un problema de fondo que hay que solucionar, con lo cual el Estado impone una sanción. **¿La información sugiere solución para el problema?** Sí, al imponer medidas extremas, y eso se evidencia en la lectura del subtítulo “Agentes que exijan o reciban dinero para hacerse de la vista gorda serán automáticamente pasados al retiro”. **¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?** Sí, deja entrever que son un grupo de policías los que son corruptos. .

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información propone percepciones sociales de cómo comportarse? Sí, bajo la sanción drástica se impone también la forma como un policía debe comportarse en la sociedad.(3)¿La información se refiere a ganadores y perdedores? Sí, en este caso, mediante la imagen y la parte textual se refieren a que el acusado perdió y con ello deja entrever que el pueblo ganó.

13.- A.- Datos de identificación básicos

Fecha de publicación: 15 de junio del 2009

Titular de la portada: Solo cobran (ver anexo pp. 575)

B.- Indicadores relacionados al tema

Temática de la portada: Corrupción y moral

Carácter de la noticia: negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (1)

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas

Moral (3)

(1)¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? Sí, porque da entender el grado de corrupción que existe en esa entidad, INDEPA (Instituto Nacional de pueblos andinos, amazónicos y afroperuanos) y que sólo cobran los dos personajes que aparecen dentro del índice visual de los círculos de color rojo. La información sugiere información para el problema? Al publicar de una forma tan literal la noticia, se establece unos culpables directos y al mismo tiempo se exige una solución al destapar una noticia de este tipo, sugiriendo cambios al respecto ¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema? Sí, de manera directa las dos personas que aparecen bajo los indicadores en el círculo rojo y pone de manifiesto la responsabilidad general de las principales autoridades del INDEPA.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas /grupos? Sí, en el subtítular desarrollado, ‘Ex ministro Vildoso revela que pidió hasta en cuatro oportunidades sobre los decretos que afectaban a los nativos y funcionarios de este organismo se cruzaron los brazos”. **¿La información se refiere a ganadores y perdedores?** Sí, los que no cobran están en desventaja con los que cobran.**(3)¿La información contiene algún mensaje moral?** Sí, pero indirectamente, tras publicar un hecho de corrupción. **¿La información propone prescripciones sociales acerca de cómo comportarse?** Sí porque al ser un discurso tan explícito, es una forma de acusar a estas dos personas directamente que solamente ellos cobran y dejan a las otras personas fuera de contexto.

14.- A.- Datos de identificación básicos

Fecha de publicación: 02 de septiembre del 2009

Titular de la portada: A S/. 100 por cabeza (ver anexo pp. 576)

B.- Indicadores relacionados al tema

Temática de la portada: política, corrupción **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso:

Atribución de responsabilidad (1)

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? Sí, porque la CGTP (Confederación General de Trabajadores del Perú) es una institución sindical que según la noticia, está cobrando s/. 100 para la gente que quiere reincorporarse, así como una nueva lista de beneficiados. **¿La información sugiere solución para el problema?** De alguna manera, sí. En la entrada del titular, ‘Dirigentes de la CGTP piden cuota a reincorporados y a interesados en nueva lista’ queda

respondida a través del 1 subtítular, ‘Defensoría del Pueblo ratifica que no avaló la lista’.

¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema? Sí, las autoridades principales de la CGTP.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas /grupos? Sí, a pesar de que la CGTP cobra S/. 100 para la reincorporación y la nueva lista, la Defensoría del Pueblo no avala tal lista.

15.- **A.-** Datos de identificación básicos

Fecha de publicación: 16 de septiembre del 2009

Titular de la portada: ‘El metepata’ (ver anexo pp. 577)

B.- Indicadores relacionados al tema

Temática de la portada: política, humor

Carácter de la noticia: negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (1)

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? Sí porque en el titular ‘El Metepata’ a través de la figura del Ministro del Interior refiere que él es el responsable de que la situación del grupo terrorista Sendero Luminoso pueda incrementar y hasta participar en las elecciones generales. **¿La información sugiere solución para el problema?** No directamente, pero a través de la ridiculización de la forma como exponen al Ministro por no medir sus palabras, es como si lo advirtiesen de que lo seguirán ridiculizando si sigue contestando de esa forma a la prensa sobre un tema tan delicado como el terrorismo y Sendero. **¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?** Sí, las autoridades de gobierno,

encabezado por el Ministro del Interior al decir que “Sendero no es peligro”, en el titular y en el subtítular “Si participan en las elecciones, es un tema de ellos, a nosotros no nos interesa”.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas /grupos? Sí, entre lo que opina el Ministro del Interior y la prensa y por ende también, la opinión pública en general.

16.- **A.-** Datos de identificación básicos

Fecha de publicación: 12 de noviembre del 2009

Titular de la portada: Obras por votos (ver anexo pp. 578)

B.- Indicadores relacionados al tema

Temática de la portada: política, corrupción y humor

Carácter de la noticia: negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (1)

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? Sí porque se establece manejo de influencias por parte del alcalde de Lima en ese momento, Luis Castañeda Lossio, que también está en campaña para las siguientes elecciones al realizar más obras en campaña electoral que en años anteriores durante su mandato. ¿La información sugiere solución para el problema? No, pero conlleva a la formación de la opinión pública y a partir de ahí se exigen soluciones. ¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema? Sí, la Municipalidad de Lima, al mando de Luis Castañeda Lossio.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas /grupos? Sí, entre lo que hace el alcalde Luis Castañeda Lossio y sus críticos.

17.- A.- Datos de identificación básicos

Fecha de publicación: 22 de noviembre del 2009

Titular de la portada: Se la llevan fácil (ver anexo pp. 579)

B.- Indicadores relacionados al tema

Temática de la portada: Política y corrupción

Carácter de la noticia: negativo

C.- Encuadre noticias

Atribución de responsabilidad (1)

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? Sí porque connota corrupción en el mismo Congreso de la República, estableciendo que existen ex legisladores que reciben pensiones de hasta 7,500 al estar en cédula viva. **¿La información sugiere solución para el problema?** No, pero de alguna manera, a través de esta información forma opinión pública y exige alguna solución al problema **¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?** Sí, los principales beneficiados como una cantidad de congresistas que fueron desaforados, entre otros.

Sub encuadres:

(2)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas /grupos? Sí, porque hay mucha gente jubilada que cobra lo mínimo frente, menos de S/. 500.00 frente a este grupo de gente que reciben como si estuvieran trabajando en la actualidad en grandes

empresas, S/. 7,500.00.

18.- A.- Datos de identificación básicos

Fecha de publicación: 06 de diciembre del 2009

Titular de la portada: ‘Alma, corazón y Kina’ (ver anexo pp. 580)

B.- Indicadores relacionados al tema

Temática de la portada: deportivo, interés humano

Carácter de la noticia: positivo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad

Interés Humano (1)

Conflicto

Consecuencias económicas

Moral (2)

(1) **¿La información proporciona un caso o “el lado humano” del tema?** Sí, porque enaltece el esfuerzo de la deportista, la boxeadora, Kina Malpartida, al haber ganado y de esta manera conservado su título de campeona, así lo dice en el subtitular, “Kina Malpartida retuvo su título mundial en dramática pelea”. **¿La información emplea adjetivos o anécdotas personales que generen sentimientos de indignación, empatía, ternura, simpatía o compasión?** Sí, en el titular ‘Alma, Kina y corazón’, que no es más que la estrofa de un vals peruano, ‘Alma, vida y corazón’. Con esta especie de metonimia, se establece que Kina lo dio todo en la pelea, incluyendo su ‘corazón’. **¿La información entre en la vida privada o personal de los actores?** No, pero de alguna manera siempre se desarrolla una especie de conexión entre la actante principal y la opinión pública, sobre todo cuando hay mensajes positivos. .

Encuadre Secundarios

(2) **¿La información propone prescripciones sociales de cómo comportarse?** De alguna manera invita no sólo a los deportistas a ganar medallas sino también a todo aquél que quiere conseguir logros en la vida en general.

19.- **A.-** Datos de identificación básicos

Fecha de publicación: 02 de febrero del 2010

Titular de la portada: Contacto en Palacio (ver anexo pp. 581)

B.- Indicadores relacionados al tema

Temática de la portada: Político

Carácter de la noticia: negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (1)

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? Sí, porque pone en evidencia las relaciones de poder y de cómo favorecer a terceros para la construcción de hospitales ¿La información sugiere solución para el problema? No directamente, pero mediante ese destape informativo, de alguna manera se exige saber la verdad por parte de la prensa y por ende de la opinión pública. ¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema? Sí, el Pdt. Alan García, al aceptar la propuesta y enviar la hoja de vida al Ministerio de Salud.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información se refiere a ganadores y perdedores? Sí, en este caso, se favorece a un candidato específico para favorecer con la licitación de construcción de hospitales mientras que los demás concursantes a la licitación están en desventaja.

20.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 04 de marzo del 2010

Titular de la portada: Se ponen las pilas (ver anexo pp. 582)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: económico

Carácter de la noticia: positivo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (1)

Interés Humano

Conflicto

Consecuencias económicas (2)

Moral

(1)¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? Sí, porque mediante el titular ‘Se ponen las pilas’, el gobierno está admitiendo su responsabilidad por no haber adquirido antes el Sistema de alerta de Tsunamis ante lo sucedido en Chile. **¿La información sugiere solución para el problema?** Sí, a través de la compra del sistema de alerta de Tsunamis y del programa de prevención anti sismos. **¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?** Sí, el gobierno; por eso ‘Se ponen las pilas’ con toda la información que conlleva la premisa informativa.

Encuadres Secundarios:

(2)¿Se mencionan pérdidas económicas o ganancias en la actualidad o en el futuro? Se menciona la pérdida económica pero de una forma sustentada, puesto que es necesario la compra de tal sistema de alerta de Tsunamis, además del programa de prevención anti sísmico.

21.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 08 de marzo del 2010

Titular de la portada: FARC quiso revivir a Sendero (ver anexo pp. 583)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: Política

Carácter de la noticia: negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (1)

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? De alguna forma, deja en evidencia las responsabilidades de los gobiernos, en este caso más el gobierno peruano por no prestar atención a lo que pasa con SENDERO, con esta noticia se confirma los vínculos entre las FARC, la guerrilla colombiana, y el grupo terrorista peruano Sendero Luminoso. **¿La información sugiere solución para el problema?** A través de la noticia, lo que se sugiere es que se activen los mecanismos de acción para que Sendero no vuelva a ser lo que fue en la década de los 80's, en este caso al encontrar vínculos con las FARC es muy probable que Sendero vuelva a tener poder. **¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?** Sí, primero el Estado peruano y segundo, los cabecillas de las FARC, y de SENDERO.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información se refiere a ganadores y perdedores? Sí, en este caso, ganan las FARC y SENDERO y pierde el gobierno y la opinión pública.

22.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 20 de junio del 2010

Titular de la portada: Negocio Redondo (ver anexo pp. 584)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: Deporte, política

Carácter de la noticia: negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad

Interés Humano

Conflicto

Consecuencias económicas (1)

Moral (2)

(1)¿Se mencionan pérdidas económicas o ganancias en la actualidad o en el futuro? Se mencionan ganancias económicas alrededor de 3.200 millones de dólares por parte de la FIFA. ¿Se mencionan costos o grado de gasto involucrado? Sí, en el subtitular “Marcas pagan alrededor de 300 millones de dólares por contrato de exclusividad con la FIFA”. ¿Se mencionan las consecuencias económicas de seguir o no seguir una línea de actuación? No pero sí se deja entrever que los costes por publicidad pueden seguir o tienden a incrementarse en los siguientes mundiales dado que las marcas pagan millones por estar presente en la FIFA.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información contiene algún mensaje moral? Dado que siempre existe la contraparte de un contexto, tras miles de millones que recibe la FIFA en los mundiales, existe mucha gente que pasan desasosiegos económicos, sin alimento suficiente, sin opción a estudiar y acceder a un buen trabajo. Por consiguiente, hay un mensaje moral visto desde el lado contrario, porque tales cantidades exorbitantes por estar en un Mundial se observa como algo fuera del alcance de la gente común y corriente, aún en las sociedades más desarrolladas.

23.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 28 de junio del 2010

Titular de la portada: Dólar se cae (ver anexo ppp. 585)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: económica

Carácter de la noticia: negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas (1)

Moral

(1)¿Se mencionan pérdidas económicas o ganancias en la actualidad o en el futuro? Se mencionan pérdidas económicas porque tanto en el titular como en el lenguaje icónico se demuestra que el dólar se cae. **¿Se mencionan costos o grado de gasto involucrado?** Sí, en la premisa antes del titular principal, ‘Billete verde cerraría este año en S/. 2,75, estiman bancos y especialistas” **¿Se mencionan las consecuencias económicas de seguir o no seguir una línea de actuación?** No directamente, pero se menciona que “campaña electoral no implicaría una alza en la cotización de la divisa norteamericana”, con esto quiere decir que no se espera que el dólar suba ante las elecciones de ese año.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información se refiere a ganadores o perdedores? En vista de que el dólar cae, la información connota a un grupo de beneficiados con esta caída y por el lado contrario, se refiere también a un grupo de personas esperan que el dólar no siga cayendo en su cotización.

24.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 15 de octubre del 2010

Titular de la portada: Luz verde (ver anexo pp. 586)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político-social

Carácter de la noticia: positivo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (2)

Interés Humano

Conflicto (1)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información refleja desacuerdo entre las partes personas/grupos? Sí, mediante la explicación informativa después del titular, donde se oponen el partido aprista peruano APRA -de cuyas siglas significan Alianza Popular Revolucionaria Americana- con la mayoría de los otros partidos en el Congreso. En La información dice lo siguiente: ‘Luz verde al voto electrónico’ <<pesa a férrea oposición del APRA Congreso lo aprobó>>**¿Reprocha una persona/ un grupo a otro?** De alguna manera, los grupos de oposición se reprochan los unos a otros y esto se evidencia mediante los que apoyaron el voto electrónico y los que no: <<Por 63 votos a favor y 21 abstenciones, el legislativo autorizó a que la ONPE aplique moderno mecanismo de votación>> **¿La información se refiere a ganadores o perdedores?** Sí, los querían el voto electrónico en el Congreso, y los que no lo querían; además de mencionar la gente favorecida que de alguna manera no puede ir personalmente a votar.

Encuadres Secundarios:

(2) ¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? De alguna forma sí, puesto que se sobreentiende la urgencia de modernizar el sistema electoral, así lo demuestra la mayoría en el congreso.

¿La información sugiere solución al problema? Sí, porque mediante el voto electrónico

se establece un nuevo paso en el contexto electoral, así lo reza en una parte del desarrollo del titular de la portada, "...se utilizará en elecciones presidenciales en zonas piloto y de manera gradual".

25.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 10 de febrero del 2011

Titular de la portada: IGV al 18% (ver anexo pp. 587)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político-económico

Carácter de la noticia: positivo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (3)

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas (1)

Moral

(1)¿Se mencionan pérdidas económicas o ganancias en la actualidad o en el futuro?

Con la reducción del IGV al 18%, se sobreentiende ganancias en favor de la sociedad para que de alguna manera no pague más porcentaje en las facturas. **¿Se mencionan costes o grado de gastos involucrado?** Sí, en el titular IGV al 18%, y en la información del antetítulo, "Ministro de Economía sostiene que no habrá déficit fiscal. También se reducirán impuestos a las transacciones financieras". **¿Se mencionan las consecuencias económicas de seguir o no seguir una línea de actuación?** Sí, la consecuencia de esa línea de actuación es que no habrá déficit fiscal.

Encuadre Secundario:

(2) ¿Reprocha una persona /un grupo a otro? Sí, en la información del antetítulo "...Toledo asegura que la decisión es irresponsable".**(3) ¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema?** Lo que se menciona y se deduce, es que el gobierno se hace responsable de tal propuesta de ley, de la

reducción del IGV al 18% y que esta disposición sería la consecuencia de un problema anterior a impuestos más altos. **¿La información sugiere solución para el problema?** La información sugiere que, el problema ya está preestablecido, puesto que la solución sería la reducción del IGV.

26.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 03 de marzo del 2011

Titular de la portada: Dolce Vita (ver anexo pp. 588)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político

Carácter de la noticia: negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (3)

Interés Humano

Conflicto (1)

Consecuencias económicas (2)

Moral

(1)¿La información refleja desacuerdo entre las partes personas/grupos? Sí, porque mediante la información de la compra de gran cantidad de botellas Jhony Walker, oponen a dos partidos, los que apoyaron a Alejandro Toledo, Perú Posible, durante su gobierno y los del APRA que en la actualidad son la mayoría en el Congreso. **Reprocha una persona/ un grupo a otro?** Sí en la información del antetítulo que reza lo siguiente: “...Vocero de Perú Posible acusa al APRA de brindar información manipulable” **¿La información se refiere a ganadores o perdedores?** Sí, la gente de Perú Posible, Alejandro Toledo como perdedores y el APRA, Alan García como ganadores.

Encuadres Secundarios:

(2) ¿Se mencionan costes o grado de gasto involucrado? Sí, en la primera parte del antetítulo, “Facturas revelan que en los cinco años de su gestión se compraron 1752 botellas de whisky Johnnie Walker etiqueta negra”.**(3) ¿La información sugiere que un**

individuo o grupo es responsable del problema? Sí, el ex presidente, Alejandro Toledo.

27.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 11 de abril del 2011

Titular de la portada: Será uno de ellos (ver anexo pp. 589)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político

Carácter de la noticia: neutro

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad

Interés Humano (2)

Conflicto (1)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/grupos? Dentro de una competición se establecen de por sí lenguajes de conflicto, y en esta campaña electoral, el desacuerdo se refleja a través de los porcentajes de la opinión pública en sus representados: 31% Ollanta Humala 23% Fujimori. **¿Reprocha una persona/grupo a otro?** No, directamente pero se sobrentiende que durante la campaña han existido confrontaciones a nivel político al ser candidatos adversarios. **¿La información se refiere a ganadores y perdedores?** Mediante la intención de voto, se establece que Humala (31%) tiene más opciones de ganar que Fujimori (23%).

Encuadres Secundarios

(2) ¿La información proporciona un caso o “el lado humano” del tema? A través del lenguaje icónico, se manifiestan ciertas actitudes que hacen ver el lado humano dentro de los discursos políticos, los gestos, el lenguaje verbal y no verbal, todas condiciones que ayudan a establecer empatía con la opinión pública más allá de los fundamentos del por qué hay que votar por ellos.

28.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 04 de mayo del 2011

Titular de la portada: La conexión Chávez (ver anexo pp. 590)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político

Carácter de la noticia: negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (2)

Interés Humano

Conflicto (1)

Consecuencias económicas

Moral (3)

(1) **¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/grupos?** En primera instancia no, pero se sobreentiende que el desacuerdo está implícito entre la parte acusativa, la empresa venezolana -que ‘contrató’ a Nadine Heredia, esposa del entonces candidato presidencial, Ollanta Humala, para maquillar así el dinero utilizado durante su campaña electoral- y el gobierno, dado que es una acusación muy grave. **¿Reprocha una persona/grupo a otro?** No, directamente pero es muy probable que en el desarrollo de la noticia sí, porque como se recalca, en vista de ser una acusación tan grave, existirá siempre una contraparte que lo niegue o que calle. **¿La información se refiere a ganadores y perdedores?** Sí porque al poner al descubierto el apoyo económico que recibió Humala para su campaña electoral, se establecen que los perdedores son ellos, y los ganadores, la oposición de su partido y al mismo tiempo, la opinión pública al enterarse de la noticia.

Encuadres Secundarios:

(2) **¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?** Sí, en el siguiente subtítulo, “Operadora canal de noticias de filiación chavista, malversó 8 millones de dólares en la Alcaldía de Caracas. Uno de sus regidores revela que Chávez utilizó comuna para enviar dinero a diversos políticos extranjeros”. (3) **¿La información**

propone prescripciones sociales acerca de cómo comportarse? Sí, ante la noticia de carácter negativo, que manifiesta el grado de corrupción y las influencias políticas dentro de ello, se establece un discurso tácito de cómo no comportarse dentro del contexto político-social.

29.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 26 de septiembre del 2011

Titular de la portada: Se lavan las manos (ver anexo pp. 591)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: deportivo-policial

Carácter de la noticia: negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad

Interés Humano

Conflicto (1)

Consecuencias económicas

Moral (2)

(1)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/grupos? Sí, bajo el titular en rojo, ‘Se lavan las manos’, los grupos de la barras deportivas de Alianza Lima y los de Universitario, no se ponen de acuerdo para resolver el caso de la muerte de un hinchista aliancista. **¿Reprocha una persona/grupo a otro?** Mediante el antetítulo “En la ‘U’ nadie asume responsabilidad por muerte de hinchista aliancista”, se puede entender que el discurso de la contraparte es reproche por parte del grupo de Alianza Lima, por ser ellos las víctimas. **¿La información se refiere a ganadores y perdedores?** Sí, los del grupo de la ‘U’, por ser los que cometieron el crimen y quedar sin responsabilidad, y los perdedores, el grupo víctima de ese asesinato, Alianza Lima y con ello la familia de la víctima.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información propone prescripciones sociales acerca de cómo comportarse? Sí, a ser más responsables y a dar la cara en estos casos graves cuando se cometen un

asesinato.

30.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 18 de noviembre del 2011

Titular de la portada: Es la jefa (ver anexo pp. 592)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (2)

Interés Humano

Conflicto (1)

Consecuencias económicas

Moral

(1) ¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/grupos? Al afirmar en el antetítulo y título de color rojo, >>Envió oficio a Primer Ministro pidiendo Informe>> ‘Es la jefa’, se deja entrever que hay confrontación de opiniones sobre esa premisa informativa, puesto que el que tiene esa formalidad es el Presidente mas no la primer dama, Nadine Heredia. **¿Reprocha una persona/grupo a otro?** Sí, mediante el subtitular informativo: “Palacio dice que solo se corrió traslado de un documento”, “Oposición pide que se sincere actuación de primera dama”. **¿La información se refiere a ganadores y perdedores?** Mediante esta información, se establece que los que ganan son los que desean que esta noticia salga a la luz, puede ser en cierta forma la oposición del gobierno, el medio misma que publica esta información y la opinión pública misma; los perdedores serían los que no querían que salga esta información a la luz, como puede ser el propio Presidente y sus principales allegados.

Encuadres Secundarios

(2) ¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?, Sí, Nadine Heredia por tomar las funciones de su esposo, el Presidente Ollanta Humala Taso y generar controversia.

31.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 20 de marzo del 2012

Titular de la portada: Papelón (ver anexo pp. 593)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (2)

Interés Humano

Conflicto (1)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/grupos? Si, el titular de la palabra clave en rojo, Papelón, lo dice todo; además de la fotografía. En líneas generales es un discurso en el cual el personaje principal, el Canciller Roncagliolo queda como una persona mentirosa tras haber sido descubierto por la prensa que la culpa de que la fragata inglesa no llegase a puerto peruano fue porque él movió sus influencias pero no del Reino Unido. ¿Reprocha una persona/grupo a otro? Sí, así lo reza en parte del subtítulo, “Roncagliolo intentó culpar a británicos de la cancelación pero Embajada de Reino Unido lo desmintió. ¿La información se refiere a ganadores y perdedores? Sí, en este caso, perdió el Canciller Roncagliolo, así lo dice el titular y el lenguaje icónico; y ganaron la Embajada del Reino Unido, laprensa y la opinión pública.

Encuadres Secundarios

(2) ¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?, Sí, el Canciller Roncagliolo, tras haber intentado ocultar el real motivo del por qué no llegó la nave ingles a puerto peruano.

32.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 14 de mayo del 2012

Titular de la portada: Violador (ver anexo pp. 594)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político social **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad

Interés Humano

Conflicto (1)

Consecuencias económicas

Moral (2)

(1)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/grupos? Sí, entre el congresista acusado de abuso sexual bajo el titular de palabra clave en color rojo, *Violador*, y la agredida y con ella también la prensa, la opinión pública y seguramente los partidos contrarios a él. ¿Reprocha una persona/grupo a otro? Sí, mediante el siguiente subtítulo: “Su ex trabajadora lo acusa de haberla dopado y ultrajado dejándola embarazada. Legislador de Ganar Perú quiso sorprender a la opinión pública al sostener que era víctima de extorsión”. ¿La información se refiere a ganadores y perdedores? Evidentemente, gana en cierto modo, la supuesta agredida, y al mismo tiempo, la opinión pública al enterarse sobre esta noticia. Por el lado contrario, el Congresista Walter Hacha pierde credibilidad y confianza y con él, de alguna forma, todo su partido, ‘Gana Perú’.

Encuadres Secundarios:

¿La información contiene prescripciones sociales acerca de cómo comportarse? Sí, en vista de que el discurso noticioso contiene antivalores provenientes de una figura pública - más allá del escándalo político-, ésta es una forma también de mostrar de cómo no debe comportarse una persona y más aún cuando tiene un cargo político.

33.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 18 de mayo del 2012

Titular de la portada: Atropello (ver anexo pp. 595)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político-policial **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (1)

Interés Humano

Conflicto (3)

Consecuencias económicas

Moral (2)

(1)¿La información sugiere que la administración (local/regional/nacional es responsable del problema? Sí, bajo el titular como palabra clave en color rojo *Atropello* en cuyo discurso se establece una injusticia por parte de la institución policial que pretende utilizar datos falsos para el orden de arresto de la editora del diario, Gina Sandoval Cervantes. ¿La información sugiere solución para el problema? No de forma directa, ya que la información es más que todo un destape informativo pero sí sugiere a que se investigue más el caso dado que tienen las pruebas para el esclarecimiento y solución de este problema. ¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema? Sí, la policía nacional, ya que es la institución encargada de mandar la carta de orden de arresto a la editora de ese diario con datos falsos, así lo revela en el subtitular de la información: “Orden de arresto de editora Perú21, Gina Sandoval Cervantes pretende sustentarse en documento policial que tiene firma falsa, un nombre inexistente y el DNI de un hombre muerto”.

Encuadres Secundarios

(2)¿La información propone prescripciones sociales acerca de cómo comportarse? La noticia contiene el discurso de la mentira porque utiliza datos falsos para el propósito de arrestar a la editora de ese diario, bajo esta premisa se lee también la contraparte de tales acciones, que revela que una institución policial no puede y no debe operar de esa forma, ya

que pierde confianza y credibilidad. (3)¿La información se refiere a ganadores y perdedores? Sí, la lectura de esta noticia hace ver que los ganadores es la víctima, a quien pretendían arrestarla con datos falsos, la editora del diario, Gina Sandoval Cervantes y con ella también la prensa informativa de Perú²¹ y la propia opinión pública; mientras que los perdedores son la Policía Nacional y las demás autoridades que se prestaron para tal *Atropello*.

34.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 20 de junio del 2012

Titular de la portada: Por las nubes (ver anexo pp. 596)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (3)

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas (1)

Moral

(1)¿Se mencionan pérdidas económicas o ganancias en la actualidad o en el futuro?

Indirectamente se mencionan pérdidas o más gastos económicos en el sector salud para el futuro, puesto que los medicamentos subirán de precio. **¿Se mencionan costes o grado de gasto involucrado?** Sí un 30% más de su precio original. **¿Se mencionan las consecuencias económicas de seguir o no seguir una línea de actuación?** Se lee en el subtítular que tal consecuencia económica ocasionaría un mejoramiento económico para el mercado de salud local.

Encuadres Secundarios:

(2 ¿La información se refiere a ganadores y perdedores? Sí, así lo dice el siguiente subtítular:“Ley favorecería a los laboratorios locales y encarecería a los productos importados”. **(3)¿La información sugiere que la Administración (local, regional,**

nacional) es responsable del problema? No directamente pero se sobrentiende que el causante de estos hechos es el Ministro de Salud, Abugatás tras aumentar un 30% en la compra de las medicinas.

35.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 01 de agosto del 2012

Titular de la portada: Plata pérdida (ver anexo pp. 597)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político-económico **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas (1)

Moral

(1) ¿Se mencionan pérdidas económicas o ganancias en la actualidad o en el futuro? Sí, bajo el titular en palabra clave en color rojo *Plata pérdida* dentro de un contexto educativo. **¿Se mencionan costes o grado de gasto involucrado?** Sí, más de 400 millones de grado de gasto involucrado con el fin de la carrera magisterial. **¿Se mencionan las consecuencias económicas de seguir o no seguir una línea de actuación?** En la portada no concretamente, pero puede que en el desarrollo de la noticia sí, dado que es un tema que atañe a la políticas de programas educativos y que a pesar de que se ha invertido tal suma de dinero no se ven los resultados óptimos, programa que comenzó en el 2008.

Encuadre Secundarios:

(2 ¿Reprocha una persona/grupo a otro? De alguna manera sí a través de las críticas de otros partidos y políticos en general, así lo dice en el subtítulo: “Cuestionan fin de herramienta que alentaba la calidad educativa”.

36.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 9 de junio del 2013

Titular de la portada: Pico a Pico (ver anexo pp. 598)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (2)

Interés Humano

Conflicto (1)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información sugiere el desacuerdo entre las partes/personas/grupo? Sí, bajo el titular *Pico a Pico*, sugiere un discurso conflictivo de por sí, el desacuerdo entre el Presidente Humala y el ex Presidente Alan García también está explícito en el antetítulo, “Ollanta Humala y Alan García se trenzan en cruce de palabras”; además del lenguaje icónico de enfrentamiento que propone la portada. **¿Reprocha una persona/grupo a otro?** Sí, existe reproche por ambos lados, así lo refiere la siguiente premisa informativa de los subtítulos: “Los sinvergüenzas ya empezaron la campaña electoral” (Ollanta Humala), “No insulte, gobierne bien. Un militar que se queda en el poder, quiebra el país” (Alan García) **¿La información se refiere a ganadores y perdedores?** Dado que es un discurso muy a la par, lo que se establece es que por ambos lados se pierde la compostura y que por ende, no hay ganadores dentro de este grupo político pero sí lo hay dentro de un contexto más general como es la opinión pública, es decir la sociedad peruana.

Encuadres Secundarios

(2)¿La información propone prescripciones sociales acerca de cómo comportarse? Sí, la ‘otra’ lectura permite a la opinión pública establecer la forma correcta de comportarse dentro del contexto político, sobre todo de dos líderes políticos importantes para el país, como es el caso del Presidente Ollanta Humala y el ex Presidente, Alan García Pérez.

37.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 27 de agosto del 2013

Titular de la portada: No avanza (ver anexo pp. 599)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (1)

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información sugiere que la administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? Sí, bajo el titular *No avanza*, sugiere que la Alcaldía de Lima es responsable del estancamiento del transporte en Lima, así lo rige en el antetítulo, “Reforma del Transporte está paralizada” y en la palabra clave en color rojo del titular “No avanza”. **¿La información sugiere solución para el problema?** En concreto, en la portada no, pero sí probablemente en el desarrollo de la noticia. Por otro lado, lo que la portada insinúa es establecer una suerte de conflicto, reproche, para que tal vez mediante ello se busque una solución, así lo dice en el subtítulo: “Siguen circulando combis y microbuses chatarra con más de 30 años de antigüedad”. **¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?** Sí la alcaldesa de Lima, así lo dice en parte última del subtítulo, “Alcaldesa admite que al final de su gestión sólo se llegará a la mitad del programa”.

Encuadres Secundarios

(2)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/ grupos? Sí pero de forma tácita, el desacuerdo se deduce a través de lo que la prensa informa y lo que la Alcaldesa prometió en un su momento en lo que respecta a la renovación del transporte, situación de la cual admite que sólo podrá avanzar hasta la mitad de su programa durante la gestión que le queda.

38.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 21 de setiembre del 2013

Titular de la portada: Celebra (ver anexo pp. 600)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia: negativo**

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (2)

Interés Humano

Conflicto (1)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/grupos? Sí, antetítulo, “Poder Judicial falla a favor de García y anula lo actuado por Megacomisión”.

¿Reprocha una persona/grupo a otro? Sí, en los subtítulos: “Consideró que se violentó su derecho al debido proceso. Comisión apelará resolución”. ¿La información se refiere a ganadores y perdedores? Sí, mediante el lenguaje icónico, donde sale la figura feliz de Alan García y cuyo titular, palabra clave en rojo, se refiere a esa situación, *Celebra*. Por otro lado, el grupo de perdedores sería en este caso, la Megacomisión cuyo proceso en contra de García fue anulado.

Encuadres Secundarios:

(2) ¿La administración sugiere que el Administración local, regional, nacional es responsable del problema? Mediante, el lenguaje icónico del político Alan García Pérez, se deduce que es una felicidad mal intencionada, como si se hubiera saltado las reglas de la justicia; en ese caso, la administración del Poder Judicial sería el responsable de ese hecho y de generar evidentemente controversia y conflicto entre las partes, de ahí el titular *Celebra* en color rojo.

39.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 17 de noviembre del 2013

Titular de la portada: ¿Salió de la base? (ver anexo pp. 601)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (2)

Interés Humano

Conflicto (1)

Consecuencias económicas

Moral

(1) **¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/grupos?** Sí, porque mediante esa pregunta que figura como titular de la noticia, ¿Salió de la base?, es una invitación a la búsqueda de la verdad, si salió del lugar o no, del lugar donde debería estar un personaje como Montesinos cumpliendo una condena impuesta ya hace más de una década. De ahí, la información en el antetítulo, “**Lourdes Flores pide revisar la celda de Montesinos**” **¿Reprocha una persona/grupo a otro?** Oposición plantea nuevas interrogantes sobre escándalo que implica al gobierno con el operador del ‘Doc’. **¿La información se refiere a ganadores y perdedores?** Sí, de la información se deduce como ganador a Montesinos, si es que salió de la base; y establecen como perdedores al propio gobierno por ser su irresponsabilidad.

Encuadres Secundarios:

(2) **¿La administración sugiere que el Administración local, regional, nacional es responsable del problema?** Sí, es evidente que la información sugiere que el responsable del problema es el propio gobierno por no tener la rigidez y la autoridad necesaria en esos temas delicados como es la custodia de un personaje como el Doc., <Montesinos>, quien estableció las redes de corrupción más amplia en todo el país.

40.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 12 de diciembre del 2013

Titular de la portada: A puerta cerrada (ver anexo pp. 602)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia: negativo**

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (2)

Interés Humano

Conflicto (1)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/grupos? Sí, en este tipo de noticias, el desacuerdo está implícito dado que las autoridades responsables no querrán asumir el problema mientras que la prensa y los partidos opositores al gobierno sí desearán ahondar en el tema. Así lo dice el siguiente antetítulo, “Comisión López Meneses decidió sesionar en reserva” mientras que la periodista Cecilia Valenzuela decide poner de manifiesto sus investigaciones no publicadas aún, así lo dice en parte del subtítulo.

¿Reprocha una persona/grupo a otro? Sí mediante el siguiente subtítulo: “Periodista Cecilia Valenzuela dio detalles de su investigación aún no publicados. Congresistas citarán a Ministro de justicia y al jefe de la INPE por desaparición de registros de visitas a penal San Jorge. ¿La información se refiere a ganadores y perdedores? En este tipo de discurso no hay un ganador en concreto pero lo que se sugiere más bien es el grado de hermetismo que hay con respecto al caso López Meneses, por tanto de momento los ganadores serían el gobierno o la Administración de gobierno, y los perdedores, de alguna forma, serían la prensa y la opinión pública.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La administración sugiere que el Administración local, regional, nacional es responsable del problema? Sí, porque a través del titular, *A puerta cerrada*, se sugiere que existe un escándalo grave del cual la Administración del Congreso no desea que la prensa

esté presente y por ende, tampoco la opinión pública de momento.

41.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 17 de abril del 2014

Titular de la portada: Gabriel García Márquez 1927-2014 (ver anexo pp. 603)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: cultural **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad

Interés Humano (1)

Conflicto

Consecuencias económicas

Moral (2)

(1)¿La información proporciona un caso o el lado humano del tema? Toda la portada en sí, ofrece una lectura de luto, la cual invita a guardar silencio por el quien vida fue uno de los literatos más queridos en Iberoamérica, Gabriel García Márquez. **¿La información emplea adjetivos o anécdotas personales que generen sentimientos de indignación, empatía, ternura, simpatía o compasión?** Sí, en este caso por ser un contexto de luto y por tratarse de Gabriel García Márquez, el discurso ofrece sentimientos de empatía, simpatía, y compasión quizás por su muerte. **¿La información entre la vida privada o personal de los actores?** Puesto que mediante el discurso de la portada se constituye una lectura biográfica, puede que en el desarrollo de esta noticia, se ofrezca algún detalle inédito de su vida privada.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información propone prescripciones sociales de cómo comportarse? Tal vez, lo que la información sugiere es a vivir con autenticidad como lo hizo el literato, puesto que tal como vivió, escribió y eso generaba identificación y empatía con el público lector, además de muchos valores sociales que tenía con el prójimo.

42.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 14 de mayo del 2014

Titular de la portada: Los hombres del Presidente (ver anexo pp. 604)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia: negativo**

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (2)

Interés Humano

Conflicto (1)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información refleja el desacuerdo entre las personas/personas/grupos? Sí; se refleja un desacuerdo tácito entre el destape periodístico bajo la premisa del antetítulo de color rojo *exclusivo* y los investigados, en este caso, el principal sospechoso, el Presidente Regional, César Álvarez, y los demás políticos allegados al gobierno bajo el título en color rojo, ‘Los hombres del Presidente’. Evidentemente, es un caso de corrupción de alto nivel.

Reprocha una persona/grupo a otro? Sí mediante la información en el antetítulo: “Según Procuraduría anticorrupción, César Álvarez, Presidente Regional de Áncash, encabezaría organización criminal”. **¿La información se refiere a ganadores y perdedores?** No se refleja directamente, pero se sobrentiende que los ganadores es el equipo de investigación y con ella la opinión pública, y los perdedores los investigados y sospechosos de corrupción.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?

Sí, porque deja entrever que el Presidente regional estaría al mando de una organización criminal; además de los demás allegados del jefe de estado, del cual se deduce que también están implicados en casos de corrupción.

43.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 15 de mayo del 2014

Titular de la portada: Paso al costado (ver anexo pp. 605)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (1)

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? Sí, y es por esa misma razón que los congresistas le sugieren al Presidente Regional de Áncash, César Álvarez, que se retire de su trabajo mientras la investigación sigue su curso, así lo demuestra en el discurso icónico y en el titular en color rojo, *Paso al costado*. **¿La información sugiere solución para el problema?** Sí, mediante el antetítulo: “Congresistas exigen a César Álvarez que deje su cargo mientras duran las investigaciones”; así como mediante el discurso icónico. **¿La información se refiere a ganadores y perdedores?** Sí, la premisa del ganador se puede intuir de forma tácita, en este caso serían los miembros de la bancada contraria y la opinión pública; mientras que la lectura de los perdedores es más explícita a través de la iconografía trabajada de la noticia principal, así como en el titular en color rojo, *Paso al costado*, que en este caso es el Presidente Regional de Áncash, César Álvarez.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información sugiere solución para el problema? Sí, que el principal sospechoso, César Álvarez, se retire mientras la investigación continúa, así es como lo recomiendan los congresistas. Además de ello, se abriría proceso a los demás miembros involucrados en casos de corrupción, así lo establecen en el subtitular informativo, “Fiscalía decidiría la próxima semana si incluye en su investigación a toda la red criminal denunciada por la

Procuraduría anticorrupción”. **¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?** Sí, la portada ofrece una lectura principal, que es la de César Álvarez como principal responsable del problema, así como los demás miembros políticos denunciados por la Procuraduría anticorrupción.

44.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 06 de julio del 2014

Titular de la portada: “Estamos volviendo al Chavismo” (ver anexo pp. 606)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (1)

Interés Humano

Conflicto

Consecuencias económicas

Moral (2)

(1)¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? Sí, toda la portada ofrece la lectura de comparación de la política de gobierno peruano con el chavismo, así lo establece el titular que es la declaración del líder político del APRA, Alan García Pérez, “Estamos volviendo al Chavismo”. **¿La información sugiere solución para el problema?** En forma concreta no, pero sí de forma implícita ya que mediante la lectura de compungido y reflexivo que ofrece el discurso icónico del actor principal de la portada, invita a reflexionar sobre el problema, el mismo que podría ser el primer paso para buscar una solución. **¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?** Sí, mediante la declaración principal se atribuye la responsabilidad al gobierno de Ollanta Humala.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información ofrece prescripciones sociales acerca de cómo comportarse? Directamente, el discurso ofrece la prescripción social de cómo no comportarse, con lo cual

se establece la otra lectura que tiene que ver con las políticas no autoritarias o antidemocráticas como lo es el chavismo.

45.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 27 de agosto del 2014

Titular de la portada: Doble cara (ver anexo pp. 607)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (3)

Interés Humano

Conflicto (1)

Consecuencias económicas

Moral (2)

(1)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/grupos? Sí, toda la portada ofrece la lectura de un rompimiento, un desacuerdo entre el actante principal del discurso, el fiscal Ramos, y la información periodística, la cual se establece mediante el titular en color rojo, *Doble cara*. **¿Reprocha una persona/grupo a otro?** Sí pero el reproche se sobrentiende entre la figura del fiscal Ramos y las personas que evalúan su comportamiento como fiscal, ya que en el discurso se constituye de forma concreta la doble acción contraria que el fiscal realiza, así lo dice en el antetítulo y el subtítulo: “Fiscal Ramos sí participó en sanción a magistrados”, “Pidió sustitución de un fiscal y amonestó a otros 15 por investigar a César Álvarez”. **¿La información se refiere a ganadores y perdedores?** Mediante esta información, se deduce que los ganadores serían en este caso, los fiscales amonestados por él, los miembros de la Comisión anticorrupción, además de la opinión pública; mientras que los perdedores serían todos los demás que no querían que esta información salga a la luz, además del actante principal del discurso quien es acusado de doble cara.

Encuadres Secundarios:

(2) ¿La información propone prescripciones sociales de cómo comportarse?

Evidentemente que sí, bajo la lectura directa que rige en el discurso sobre los valores negativos en el trabajo del Sr. Ramos como fiscal, se constituye también la otra lectura de cómo una figura en el contexto de justicia, no se debe comportar. **(3) ¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?** Sí, el fiscal Ramos por actuar en ambos bandos, desde el lado de la fiscalía y desde el lado de la corrupción.

46.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 17 de marzo del 2015

Titular de la portada: Defraudó por S/. 564 millones (ver anexo pp. 608)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (1)

Interés Humano

Conflicto (3)

Consecuencias económicas (2)

Moral

(1) ¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? Sí, en vista que uno de *los hombres del Presidente*, Rodolfo Orellana Rengifo, cometió fraude por millones de soles, la información sugiere que el gobierno es responsable de ello. **¿La información sugiere solución para el problema?** De alguna manera, una forma de obtener mejores perspectivas de solución, es investigando más el caso, así lo sugiere en los subtítulos de la noticia: “Grupo pedirá 120 días más de investigación. Pleno debate este día jueves”. **¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?** Sí, el político, Orellana, mediante su fotografía y bajo el titular en color rojo, *Defraudó por S/. 564 millones*.

Encuadres Secundarios:

(2)¿Se mencionan pérdidas económicas o ganancias en la actualidad o en futuro? ¿Se mencionan costes o grado de gasto involucrado? Sí, en el titular en color rojo, *Defraudó por S/. 564 millones*. (3)¿La información se refiere a ganadores y perdedores? Mediante esta noticia se establecen lecturas indirectas de identificación como es el caso de ganadores, que sería el equipo de prensa que hizo el destape y los perdedor sería Rodolfo Orellana Rengifo, quien es acusado de un delito de fraude millonario.

47.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 26 de marzo del 2015

Titular de la portada: Rastreo viene de lejos (ver anexo 609)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (2)

Interés Humano

Conflicto (1)

Consecuencias económicas

Moral (3)

(1)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes, personas o grupos? No directamente pero sí se deduce que el desacuerdo está implícito entre el ex jefe de Estado y líder político de Perú Posible, Alejandro Toledo y el líder del APRA y ex jefe de Estado también, Alan García. **Reprocha una persona/grupo a otro?** Sí mediante el siguiente subtítular: “Gestión aprista buscó información sobre pareja de Alan García” **¿La información se refiere a ganadores y perdedores?** Sí, en este caso, gana Alan García (APRA) y pierde Alejandro Toledo (Perú Posible).

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? Sí, en la información se sugiere que los espionajes a

personajes públicos se originan en el gobierno de Alejandro Toledo. **(3) La información propone prescripciones sociales acerca de cómo comportarse?** Sí, en este tipo de discursos se obtiene siempre una contra lectura y esa sería la forma correcta de comportarse, es decir no espiando a la gente de figura pública porque eso ya es un delito.

48.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 01 de junio del 2015

Titular de la portada: En su laberinto (ver anexo pp. 610)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (2)

Interés Humano

Conflicto (1)

Consecuencias económicas

Moral

(1) ¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/ grupos? No directamente, pero tanto en el titular, *En su laberinto*, como en la fotografía de *Nadine Heredia*, ofrecen un diálogo de enfrentamiento y situación esquivada, además de la parte informativa del antetítulo: “Viajes de la pareja presidencial a Venezuela en 2005 coinciden con envíos de dinero”. **¿Reprocha una persona/grupo a otro?** Sí, la prensa reprocha a la pareja presidencial de haber mentido y los acusa concretamente mediante el subtítulo: “Empresa Kaysamac transfirió US\$ 86 mil a madre de Nadine y a una amiga” **¿La información se refiere a ganadores y perdedores?** Sí, tras este destape periodístico, los ganadores serían el equipo de prensa y con ello, la opinión pública; y los perdedores, la pareja presidencial que aparecen en el imaginario social del banco de los acusados.

Encuadres secundarios

(2) La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? Sí, en toda la parte textual, se afirma que la pareja presidencial

sí tuvo relación económica con el gobierno venezolano durante el mandato de Hugo Chávez. Así se explica en el antetítulo y subtítulo ya referidos.

49.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 17 de junio del 2015

Titular de la portada: Patea la ‘grati’ (ver anexo pp. 611)

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político Carácter de la noticia: negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (1)

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas

Moral

(1)¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? Toda la portada en sí, sugiere que el gobierno es responsable directo de que el pueblo peruano no reciba más la ‘grati’ (cantidad similar a un haber mensual, que corresponde por derecho a mitad de año por fiestas patrias), así lo dice tanto en la parte icónica, donde el Presidente Humala aparece pateando un balón de fútbol; como en el titular “Patea la grati”. **¿La información sugiere solución al problema?** En la información se sugiere una posible solución, así lo reza el siguiente subtítulo: “Ejecutivo quiere exoneración sólo para el 2015”. **¿La información sugiere que un individuo (o grupo) es responsable del problema?** En la información se sugiere que el Presidente es el responsable principal del problema, así lo dice el antetítulo: “Presidente Humala observa y devuelve proyecto ley al Congreso”.

Encuadres Secundarios

(2) ¿Reprocha una persona/grupo a otro? El reproche aparece de forma tácita por parte de la prensa al Presidente Humala en el antetítulo referido antes, “...Humala observa y devuelve proyecto ley al Congreso”. **¿La información se refiere a ganadores y**

perdedores? La premisa de ganadores y perdedores se establece de forma implícita a través de la lectura general, donde los ganadores serían la gente de gobierno y congresistas que están a favor de esta ley, mientras que los perdedores sería la sociedad afectada en general.

50.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 28 de junio del 2015

Titular de la portada: US\$ Perdimos 67,203 millones **(ver anexo pp. 612)**

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (2)

Interés Humano

Conflicto

Consecuencias económicas (1)

Moral

(1)¿Se mencionan pérdidas económicas o ganancias en la actualidad o en el futuro?, En toda la portada aparece el discurso de pérdida económica tanto en el antetítulo, título y subtítulo; así como en la figura icónica que lo acompaña. **¿Se mencionan costes o grado de gasto involucrado?** Sí mediante el titular principal, “US\$ Perdimos 67,203 millones”; **¿Se mencionan las consecuencias económicas de seguir o no seguir una línea de actuación?** Lo mencionan de forma implícita a través del subtitular, “El país dejó de crecer, en promedio, 2.3% al año por 15 proyectos no ejecutados”. PÁGS. 2, 3, 4, 5 y Suplemento; con este último detalle se puede deducir sobre qué medidas de solución se tendría a través de este tipo de ampliación sobre el tema.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información sugiere que la Administración (local, regional, nacional) es responsable del problema? Este tipo de noticias da entender que la responsabilidad recae sobre el Estado y al mismo tiempo sobre las administraciones regionales, y el propio

Congreso de la República que es el que aprueba las leyes que rigen la política administrativa de todo el país.

RESUMEN DEL PRE-ANÁLISIS

Dentro de las 50 portadas pre-analizadas, es preciso mencionar que debido a la riqueza de su discurso, todo encuadre noticioso siempre contendrá otras variables de sub encuadres de por sí. Las noticias de hoy en día son discursos complejos, escritos a través de textos híbridos y de cuyo enfoque suele ser más de uno. Por tanto, las portadas hacen un resumen a nivel cognitivo y al mismo tiempo creativo.

Por consiguiente, en una sociedad plagada de escándalos y corrupción política, -como la latinoamericana, en este caso la sociedad peruana- la noticia se convierte en un vehículo interesante de comunicar el mensaje, valiéndose no sólo de las figuras literarias o retóricas, además del humor y lenguaje visual variopinto, sino que también pone de manifiesto su característica principal, lo cual hace que cada lugar sea único, en este caso, la *peruanidad*, concepto que <<La Real Academia Española>> define como carácter o condición de peruano.

En este sentido, el <<ser peruano>, se comprendería mejor sobre una serie de fundamentos propios del país, como la riqueza multiétnica, la riqueza natural, su historia nacional, las tradiciones y las costumbres. Sin embargo, al hablar de <<peruanidad>> éste término contendría otros elementos en conjunción con otros rasgos socio-culturales, los mismos que están contenidos en el concepto de la <<idiosincrasia peruana>>.

Por lo tanto, la <<peruanidad>> es parte de la idiosincrasia de un pueblo, muy particular de la región, propio de cada país, de cada lugar, lo que le distingue de los demás. Más allá de las características positivas que pueda tener esa <<peruanidad>>, como la calidez o el buen humor, características que se reflejan en la composición de las portadas del diario, otro de los elementos distintivos en la sociedad peruana y que es preciso mencionar, es el

elemento discursivo de la violencia, además de la corrupción y el facilismo. Luis Hidalgo⁹, el jefe de diagramación del diario, <<Perú21>>, identifica todos estos elementos en la utilización del color rojo dado que es el signo discursivo del día a día a la hora de la construcción de las caratulas informativas. “Es por nuestro logotipo y también por lo siguiente, lo que pasa es que vivimos en una sociedad donde el rojo es preciso, ya que estamos inmersos en una sociedad de tanta violencia, injusticia, corrupción, criminalidad y es el rojo que está ligado precisamente a todo este tipo de noticias. Entonces cuando se diseñó este diario, se pensó en todo ello además de que el rojo llama la atención y está ligado a nuestra bandera, a la selección,”

Es por eso, que tal vez, dentro de estas portadas existen un alto grado de relación entre las variables de encuadre de *Atribución de responsabilidad* y *Conflicto*, o *Conflicto* y *atribución de responsabilidad*, ya que representan más de la mitad del objeto de estudio- 27 portadas- y que por tanto, se puede deducir, que éstas se complementan en la mayoría de los contextos que se refieren a la política y sociedad peruana.

Tales portadas son las siguientes, ‘Fin del monopolio’ (30 de enero del 2008), ‘Videíto manda’ (01 de marzo del 2008), ‘Sigue mudo’ (02 de abril del 2008), ‘Uña y mugre’ (01 de julio del 2008), ‘Álvarez Rodrich deja Perú21’ (17 de noviembre del 2008), ‘Hora cero’ (07 de abril del 2009), ‘Condenado’ (08 de abril del 2009), ‘A cien por cabeza’ (02 de septiembre del 2009), ‘El *metepata*’ (16 de septiembre del 2009), ‘Obras por votos’ (12 de noviembre del 2009), ‘Se la llevan fácil’ (22 de noviembre del 2009), ‘Contacto en Palacio’ (02 de febrero del 2010), ‘Farc quiso revivir a Sendero’ (08 de marzo del 2010), ‘Voto electrónico’ (15 de octubre del 2010), ‘Será uno de ellos’ (11 de abril del 2011), ‘La conexión Chávez’ (04 de marzo del 2011), ‘Pico pico’ (09 de junio del 2013), ‘No avanza’ (27 de agosto del 2013), ‘Celebra’ (21 de septiembre del 2013), ‘Salió de la bse’ (17 de noviembre del 2013), ‘A puerta cerrada’ (02 de diciembre del 2013), ‘Los hombres del Presidente’ (14 de mayo del 2014), ‘Paso al costado’ (15 de mayo del 2014), ‘En su laberinto’ (01 de junio del 2015), ‘Patea la *grati*’ (17 de junio del 2015).

⁹Ver entrevista en el segundo punto del capítulo en Anexos

Dentro de este encuadre y sub encuadre discursivo encontramos también en algunas portadas, otro sub encuadre resaltante como es la variable de la *moral*. Esto significa que dependiendo del grado de correlación de estas tres variables, mayor será el impacto a nivel lingüístico, además también del ícono visual que represente. En este grupo tenemos a las portadas: ‘Fuera los coimeros’ (13 de junio del 2009), ‘Sólo cobran’ (15 de junio del 2009), ‘Atropello’ (18 de mayo del 2012), Doble cara (24 de agosto del 2014), ‘Rastreo viene de lejos’ (26 de marzo del 2015).

No obstante, también hemos podido encontrar, encuadre y sub encuadre discursivo, solamente de *moral* y *conflicto*, respectivamente, de las cuales se deducen que tales portadas son también impactantes pero con mayor grado de escándalo en sus contenido noticiosos, tanto en la parte lingüística como en la iconicidad que la representan, algunos ejemplos son las portadas, ‘Mintió’ (30 de enero del 2009), ‘No acabó el colegio’ (10 de mayo del 2009), ‘Se lavan las manos’ (26 de septiembre del 2011), ‘Violador’ (14 de mayo del 2012).

En cuanto a la variable del encuadre *consecuencias económicas*, encontramos diversos sub-encuadres, en algunas portadas se relacionan con la variable de atribución de responsabilidad, ‘Perdimos 67,203 millones’ (28 de junio del 2015), o con la variable del sub-encuadre de *conflicto*, como ‘BCR lo deja volar’ (04 de abril del 2009), ‘Dólar se cae’ (28 de junio del 2010), ‘IGV al 18%’ (10 de febrero del 2011), ‘Plata pérdida’ (01 de agosto del 2012); en otras con la variable de sub encuadre de la *moral*, como ‘Negocio redondo, Mundial de los miles de millones’ (20 de junio del 2010). En otro aspecto, encontramos también como primer encuadre a la variable de *atribución de responsabilidad* con el sub-encuadre de *consecuencias económicas*, aquí tenemos ‘Se ponen las pilas’ (04 de marzo del 2010), ‘Defraudó por S/. 564 millones (17 de marzo del 2015), sólo que en este último encontramos una tercera variable de sub-encuadre de *moral*.

En otras carátulas informativas encontramos a la variable de *conflicto* como primer encuadre y la variable de *atribución de responsabilidad* como sub-encuadre, tal son los ejemplos de ‘Dolce Vita’ (03 de marzo del 2011), ‘Es la jefa’ (18 de noviembre del 2011),

‘Papelón’ (20 de marzo del 2012).

Dentro de las variables de encuadre de *interés humano* y la variable del sub encuadre o encuadre secundario de *moral*, tenemos a las portadas menos escandalosas pero que no dejan de ser impactantes por el grado de conjunción entre la parte lingüística y la parte icónica en cuanto representa el éxito o el fracaso. Aquí tenemos ‘Qué buena teta’ (15 de febrero del 2009), ‘Alma, *Kina* y corazón’ (06 de diciembre del 2012), ‘Gabriel García Márquez (1927-2014)’ (17 de abril del 2014).

En este sentido, las portadas del diario ‘Perú21’ reflejan una parte de esa idiosincrasia peruana de la cual nos referimos más arriba, y que podemos desglosarlo de la siguiente manera: El historiador peruano, Víctor Andrés García Belaúnde, quien a través de sus reflexiones en una conferencia en la Universidad de San Marcos después de la primera década del siglo pasado (1914), intentó definir a la peruanidad sobre <<las bases del pensamiento *peruanista*>>, en la cual había señalado que desde esas épocas, ya existía una crisis económica y política, así como en el poder ejecutivo y legislativo; había indicado además los cuestiones de inclusión del indio y los problemas constitucionales. Sin embargo, se puede decir que la crisis más degenerativa es la crisis moral de las clases dirigentes, de ahí viene lo social y educativo. (García Belaunde, Domingo; Víctor Andrés Belaunde: peruanidad, contorno y confín. Textos esenciales. Lima: Fondo Editorial del Congreso de la República del Perú, 2007: 773)

“A continuación se encuentra una parte de la conferencia que dio en Arequipa y que se ha recogido en *Meditaciones Peruanas* de 1932: En este trabajo da a conocer que entiende y comprende perfectamente la idiosincrasia de los peruanos. Aborda la situación y la cuestión social de Arequipa, la quiebra de la clase media y la acción del Estado. Sostiene que la crisis del Perú estaría en el modo de pensar, en la disculpa del territorio, el pretexto de la raza. Belaunde profundiza en el punto de vista psíquico del peruano, se refiere a la mala orientación de las aspiraciones colectivas; y medita sobre la deficiencia de la cultura nacional, la psicología de la raza, la erudición en la ciencia peruana, la falta de obras integrales sistemáticas aún cuando brillan aisladamente algunas obras literarias”. (Revista Mercurio Peruano N° 520; 2007: 189-190)

Para citar algunas reflexiones más recientes sobre la peruanidad, el peruano Martín Tanaka, Doctor en Ciencias Políticas y maestro en Ciencias Sociales, se refiere a ello como un proyecto discursivo a través de símbolos propios de una nación con la cual se identifica. En él también se refiere, sobre algunas cuestiones peruanistas que se discutieron a raíz del Oso de Oro en Berlín, sobre la ‘La teta asustada’, una de las portadas noticiosas de nuestro objeto de estudio.

A continuación se extrae el siguiente párrafo de la pág. de internet <<<http://martintanaka.blogspot.com.es/2009/03/los-discursos-sobre-la-peruanidad.html>>>:

“Todos los Estados desarrollan discursos nacionales; más precisamente, quienes controlan el Estado necesitan propiciar la creación de alguna forma de identidad común. Así se fueron construyendo las imágenes sobre lo peruano, sobre cómo llegamos a ser lo que somos. Existe una suerte de discurso ‘oficial’, según la cual la esencia de lo peruano, sería una nación **criollo-mestiza**, cuyas élites habrían, a pesar de las dificultades y de los errores, conducido al país evitando su desbarrancamiento...Existe un sentido común alternativo, acaso mayoritario, que considera que la verdadera raíz de la peruanidad es **andino-mestiza**, y que hemos padecido de élites irresponsables y corruptas que son culpables de nuestro atraso. Me parece que se requiere repensar la validez de ambos discursos...// De otro lado, en los debates a propósito del Oso de Oro para la película ‘La teta asustada’ se utilizan no solo criterios territorialistas (el mérito no sería tan ‘peruano’ porque fue gestado ‘afuera’), sino también visiones reduccionistas de lo andino y peruano; así, la directora sería una suerte de ‘impostora’, no expresaría ‘verdaderamente’ nuestra cultura. Se comete una falacia de división...es falso que un individuo de origen no andino no sea tan peruano como cualquier otro, que no pueda presentar su visión...”

Por consiguiente, lo que manifiesta Tanaka se relaciona con la identidad cultural y de la necesidad del reconocimiento de ese <<otro>> que también forma parte del conjunto de esa identidad como resultado de ese <<crisol de culturas>> que han cohabitado, primero desde la conquista española y luego desde la independencia. En este sentido, <<el ser peruano>> y las formas de pensamiento y comportamiento, nunca se verán reflejados en su totalidad en los enunciados de los medios de información dado que la <<peruanidad>> hace referencia

a una serie de componentes que se interrelacionan y que tiene que ver con la transculturización. Sin embargo, una parte de ese pensamiento y de ese modo semiótico de actuación como sociedad sí se puede contemplar en tales portadas. A continuación, exponemos un párrafo que hemos creído necesario como complemento en este tema, extraído de la siguiente página web <<<http://diasporaperuananewyork.blogspot.com.es/2012/03/gastronomia-peruana-compartiendo.html>>>:

“La identidad peruana tiene que ver con nuestra historia individual y la historia colectiva, con nuestro pasado ancestral y las tradiciones culturales que son partes inseparables de la peruanidad. El ser peruano en la diáspora adquiere dimensiones simbólicas en un proceso de transculturización. La diáspora peruana redefine el concepto de peruanidad e identidad y reincorporan la tradición cultural con un elemento de nostalgia de identidad colectiva, incorporando lo andino, lo afro-peruano, las tradiciones religiosas de la colonia, la gastronomía peruana como símbolo de la peruanidad colectiva, la tradición africana, la tradición china-cantonesa, como la tradición española y occidental. La revalorización de las tradiciones culturales retroalimentan la construcción de peruanidad como identidad de la diáspora. Esto se visualiza claramente en los estereotipos: ser ‘indo’, ser ‘cholo’, ser ‘blanco’, ser ‘negro’, ser ‘mestizo’, son estereotipos propios de la sociedad peruana que se diluyen; y lo mestizo se convierte en realmente en una etiqueta cultural...//El asunto de la identidad y la peruanidad ha sido sumamente **conflictivo** en la historia social del Perú. Ciertamente desde la <<independencia>> del Perú, una de las características constantes del pensamiento y de los proyectos políticos peruanos fue la negación del pasado y de las tradiciones de Perú como una nación multiétnica en vistas a instaurar nuevos modelos de sociedad.”

En este sentido, el Perú sigue siendo esa cultura viva, que a través de sus diversas manifestaciones expresan esa multiculturalidad como parte de su historia y todavía de su proceso como nación, es por eso que arrastra deficiencias en los discursos conflictivos y de éste se pueden bifurcar en noticias con respecto a lo moral en lo político y en la sociedad misma, además de observar noticias de atribución de responsabilidad. Todas estas características construyen un caldo cognitivo donde la creatividad, ingenio y por tanto originalidad proponen formas interesantes de difusión en la elaboración de una portada de impacto.

V.- DESARROLLO DEL MARCO TEÓRICO REFERENTE AL **ANÁLISIS**

Dentro de este grupo de portadas, se procederán a analizarlas según lo descrito en el marco teórico correspondiente a la segunda parte, las mismas que se ha seleccionado por presentar ciertas características especiales de impacto a visual y por contener un fondo noticioso trascendental en la vida política del país, o por observar elementos cargados de drama o de humor; y también por representar <<peruanidad>> dentro de un contexto cultural.

Luego de este análisis se procederán a las conclusiones de cada tema para establecer las cualidades socio-discursivas más sobresalientes de cada portada, las mismas que luego se confrontarán en alguna medida con el grupo de discusión realizado para obtener conclusiones más objetivas.

1.- ATRIBUCIÓN DE RESPONSABILIDAD

1.1.- Titular: **Condenado**

Fecha: **15 de febrero del 2009**



1.- Contexto: La portada establece una estructura de <<batalla perdida>> del actante representado en la portada, <<Alberto Fujimori>>, así lo dice el titular, <<Condenado>>. Por tanto, el único agente del discurso, aparece resignado y molesto, recortado a través de una suerte guillotina en donde, la palabra clave del titular, establecido en color rojo, yace entre su rostro y su cuello. De esta manera, el medio le atribuye responsabilidad por cargos de corrupción y lesa humanidad, los mismos que están sobreentendidos desde que Fujimori fue prófugo de la justicia peruana. Por consiguiente, es un modelo situacional político y moral en la que se establece un lenguaje implícito a través de la lectura de toda la portada, en donde la opinión pública –mediante el enunciador- pareciera que le comunicara al ex jefe de estado que <<ya le llegó su hora>>, debido a que antes era tráfuga y que ahora que ya no lo es se le <<condena>>.

2.- Discurso: A través del enunciado general, se constituye sólo una plataforma, la de <<perdedor>>, de ahí el estilo del lenguaje icónico, donde Fujimori al estar <<condenado>>, es una categoría que lo estrangula, una condición que entra en su vida y le mutila su libertad, así también lo confirma, el bloque lingüístico, <<Fallo histórico: Fujimori fue sentenciado a 25 años de prisión>>. Por consiguiente, es una lectura lineal pero impactante por todo lo explicado, de la cual se intuye que no es solamente una noticia sino que contiene muchas páginas, no sólo porque lo dice el índice lingüístico de <<Especial>> en la parte superior, sino por el mismo hecho de catalogarlo como <<fallo histórico>> implica también un reportaje amplio.

En cuanto a la construcción del titular, es una frase *constatativa*, porque describe la noticia mediante un adjetivo-titular, el cual hace de función texto verbo-visual, y que además contiene un alto grado de *performatividad expositiva indirecta*, es decir en este ítem se puede deducir lo siguiente, <<Afirmo que Alberto Fujimori es condenado a 25 años de prisión>>.

En cuanto al bloque lingüístico, se puede deducir lo siguiente, <<Advierto que Fujimori es sentenciado a un fallo histórico de 25 años de prisión>>, con lo cual también es un enunciado *constatativo* pero con también con alto grado de *performatividad expositiva* por

lo realizado con la frase del subtitular.

Una vez establecido, estas transformaciones gramaticales, se instaure que tanto el titular como el subtítulo al ser *performativos expositivos a posteriori*, se observa también que debido a la utilización del verbo <<condenar>> o <<sentenciar>> ambos pertenecen a los *performativos judicativos o veredictivos*, con lo cual se decreta que el discurso en su totalidad es redundante y que al mismo tiempo le otorga <<fuerza retórica>> en cuanto a la forma y significado de sus elementos discursivos.

Por consiguiente, el objetivo en este tipo de discurso es proponer una figura visual interesante que impacte y que haga comunicar de manera rápida que a Fujimori <<se le acabó la libertad>>. De ahí que el enunciador sugiere, -a través de una sola imagen entre tétrica y triste, con un titular que es un texto verbo-visual-, un suceso de castigo discursivo separando el elemento pensante -su cabeza- de su cuerpo, lectura que se puede entender como una <<biografía cortada>>, es decir lo que era y lo que es: Antes, Fujimori estaba prófugo, gozaba de su libertad, era completo; ahora que no lo está, se le decapita metafóricamente y se le condena a 25 años de prisión.

3.- Acción: En la estructura semántica de la noticia, el actante principal permanece pasivo y el enunciador hace también la función de actante tácito porque más allá de narrar la historia y describirla, también juzga de manera indirecta por todo lo analizado y directa al lexicalizar el titular con un texto verbo-visual. Por tanto, se observa que no hay acuerdo entre las partes.

4.- Identidad/Pertenencia: El discurso narrativo de la portada sólo comprende un escenario, <<el de la batalla pérdida de Fujimori>>, con lo cual pertenece al grupo de atribución de responsabilidad, y de falta de moral y de ética. El otro actante tácito, que es el enunciador de la noticia, pertenece al grupo de la opinión pública que juzga y condena.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): En esta portada se establece un modelo situacional político de atribución de

responsabilidad, de conflicto y de carencia de moral, en la que el único actante visual es el ex mandatario peruano, Alberto Fujimori. Por tanto, es un tipo de noticia de memoria episódica, no obstante debido a la estructura de la semántica discursiva se establece una lectura más universal, es decir de modelos más semánticos. Mediante el modelo situacional, el lector puede crear modelos mentales de animadversión, ideologías anti fujimoristas o todo lo contrario.

6.-Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): En este punto, al ser una noticia de memoria episódica de alguna manera con referentes de noticias pasadas debido a lo mediático que el actante principal representa, no sólo dentro del escenario de la política peruana sino también dentro del contexto mundial, tales características hacen que el discurso de la noticia se maneje a través de la lexicalización, de ahí la forma del texto verbo-visual del titular, <<Condenado>> en relación al agente discursivo dentro de la totalidad de la portada.

7.- Modelos parciales: La noticia en sí tiene inmediatez cognitiva, por tanto esto incluye elementos discursivos lexicalizados del cual hace que se construya de manera indirecta ideologías, como el titular <<Condenado>>, sin embargo el discurso sólo refleja lo acontecido. Por consiguiente, no hay elementos que se interpreten como modelos parciales tal cual. No obstante, hay carencia de proposiciones que no correspondan con la objetividad del mensaje debido a que no aparecen manifestaciones del actante sentenciado, situación que además se sobreentiende por el tipo de noticia debido que el actante estaba prófugo y tenía diversos cargos en su contra, en los cuales su participación era evidente.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): A pesar de que la noticia contiene memoria episódica por ser una información más concreta, la estructura pertenece más a un modelo semántico debido a que es una información nueva y en cierta forma es también una noticia antigua por el mismo hecho de que el actante es bastante mediático, y que por tanto ya existe un *background* en su historial noticioso, de ahí que se postula una palabra clave, característica que lo hace ser más semántico del cual produce tensión cognitiva.

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad tal vez de ‘necesidad’ en la construcción del titular, <<Condenado>> para llamar la atención o ser más impactante, el cual representa una puerta cognitiva hacia el escenario de los hechos.
- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, el predicado que más se acerca a un significado de descripción de los actores sociales recae en el subtítular superior: <<*Fallo histórico*>>
- La lexicalización aparece en el titular <<Condenado>>, en el bloque lingüístico <<*Fallo histórico*: Fujimori fue sentenciado a 25 años de prisión>>
- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: En vista de que sólo hay un actante principal y de que se sobreentiende su culpabilidad, puesto que antes había estado prófugo de la justicia peruana, la proposición dentro de su rol semántico según el discurso de atribución de responsabilidad, yace en el único bloque lingüístico, <<*Fallo histórico*: Fujimori fue sentenciado a 25 años de prisión>>.
- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta clase de portadas encontramos una perspectiva de semántica discursiva (lexicalización) por ser la noticia de un perfil eufórico, de felicidad y de orgullo nacional. En este sentido, los puntos de opinión se traslucen a través del titular, que es el punto más alto de esa

significación y luego mediante las proposiciones argumentales en los bloques informativos.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: No existe una mimesis propiamente dicha entre la imagen y el titular, puesto que el ícono contiene al titular y éste hace la función de texto verbo-visual. No obstante hay analogía en cuanto estructura icónica semántica discursiva y el bloque lingüístico: <<Condenado>> y <<Fallo histórico: Fujimori es sentenciado a 25 años de prisión>>.
- Retórica: El titular representa un contenido altamente metafórico debido a que rompe moldes en cuanto al diseño de una estructura semántica, ya que el titular transgrede la imagen del único actante en el discurso. Por tanto, aquí hay recurso retórico de *pathos*, porque apela a lo emocional mediante símbolos y metáforas para que el receptor capte rápidamente el mensaje.

11.- Expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: De acuerdo a esta teoría, en esta portada, sí existe la unicidad entre el titular y la imagen pero no como complemento sino como parte de, en el cual la imagen contiene al titular verbo-visual, con lo cual la coexistencia de sus contenidos hacen que convivan recíprocamente, de manera que formen una estructura informativa más compleja y por tanto más impactante.
- La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: En este sentido, el titular que contiene la función de texto verbo-visual que unido a la imagen hace que se construya un bloque icónico-lingüístico para de alguna manera otorgar mayor fuerza retórica, todos estos elementos hacen que el lector sea impactado, tanto por el lenguaje discursivo de la portada como por la noticia en sí, que es mediática, por tanto se sugiere una pasión escópica por saber más detalles de la noticia.

12.- Interacción

- El marco y foco: No hay interacción en ninguno de los ítems del discurso de la noticia.

13.- Proyección

- La experiencia sobre metáforas ontológicas y estructurales: En toda la portada se establece una serie de elementos discursivos que establecen una forma de lectura interesante y compleja. En este sentido, existe un dominio meta ontológica que implica la siguiente relación: <<contenedor: contenido/sustancia>>. Por tanto, <<Fujimori contiene la condición de ‘Condenado’>>. No obstante, a nivel de significación en su totalidad, Fujimori aparece como derrotado, vencido, con lo cual se establece la metáfora estructural <<Toda discusión es una guerra>>, en la que el enunciador –el medio- le gana, porque más allá de describirlo también opina y mantiene la ideología de <<atribuirle responsabilidad y por tanto, también de juzgarlo en función de los hechos.

14.- Fusión Conceptual:

- Red de integración a través de redes de un solo nivel: Se encuentra en el subtitular, <<Fallo histórico: Fujimori es sentenciado a 25 años de entrada>>.

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- Ni el titular ni en el bloque informativo es susceptible a ser analizados en este ítem.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- El color rojo es un **símbolo/signo/metáfora**: El titular que hace la función de texto verbo-visual es de por sí un signo, es decir un índice que engloba todo un contexto que *sirve* de remitente lingüístico al subtitular inferior (metáfora), pero que por estar en color rojo se refuerza todo lo explicado, de esta manera el texto verbo-visual que contiene el color rojo es doblemente metafórico porque lleva información metalingüística que remite a un escenario, <<el del acto de condenar>> y que por esa razón, se titula, <<Condenado>>.

17.- Metáfora y humor

- Por la forma de la estructura de la portada y por la naturaleza de noticia, ningún elemento discursivo es susceptible de ser analizado en este apartado.

18.-El Stadium y el punctum: En cuanto al *studium*, éste sería la proyección del titular verbo-visual porque remite al escenario real de donde lo juzgaron y lo condenaron. En cuanto al *punctum*, éste implicaría el escenario de ese juzgamiento y lo posterior de éste, parte de esa última característica yace en la imagen. Por tanto, el studium y el punctum están fuera del discurso narrativo, ambos implican proyección, pasión escópica e imaginario, la diferencia está en que el studium lo puede hallar en el reportaje que dice <<Especial>>; en cuanto al punctum, éste se puede encontrar más a través no solamente de ese <<Especial>> sino mediante varias noticias al respecto.

19.- Metáforas visuales

Metáfora contextual: En cuanto al discurso en general del enunciado, se refiere a un contexto de jueces y juzgados, donde quien es juzgado, suele ser un personaje mediático y que por tanto, esta clase de actante pueden encerrar una metáfora en sí, lo cual hace reforzar más aún como agente referente básico del lugar donde se toma la noticia.

Con Claro es posible

www.peru21.pe

Perú 21

HAZ TU NOTICIA

5/0,70

ALAN GARCÍA RETROCEDE

Deja abierta opción de derogar decretos (PÁG. 4)

BANDAS TRAS BANCOS Y CASAS DE CAMBIO

Aumentan atrasos (PÁG. 15)

INDECOPI EN LA APLICACIÓN DE LA LEY

ADIÓS A LAS LLAMADAS Y CORREOS INVASIVOS

NO DEBISTE LEER MIS CORREOS

La columna de Jaime Bayly

LA 'U' SE RECUPERÓ EN ÁNCASH

Derrota 2-1 al local (PÁG. 2)

Solo cobran



Apristas Miguel de la Torre y María Cajas Abadía, secretaria y presidenta del Indepa, solo aparecen para la foto.

> Ex ministra Vildoso revela que pidió hasta en cuatro oportunidades opinión sobre los decretos que afectaban a los nativos y funcionarios de este organismo se cruzaron de brazos. /// PÁG. 3

En DAT al Monstruo es el MONSTRUO

Garretas Tecnológicas S.A.S.

Call Center: 424-5898

GRUPO

1.- Contexto: La portada establece una lectura semiótica de atribución de responsabilidad de manera directa debido al titular principal, <<Solo cobran>>, en conjunción con el índice-símbolo en forma de círculo sobre las cabezas de dos actantes. De ahí que en este tipo de lenguaje se sobreentiende que <<ellos>> son los principales personajes en este discurso. Por consiguiente, mediante esta plataforma se revela también que es un contexto de carácter social pero con marcos y fondos políticos en donde sobresale el tema de la corrupción, así lo revela el subtítulo principal y el subtítulo inferior, los cuales traen también a la memoria el tema de fondo de esa noticia, como es el abuso de poder entre un grupo armado y otro que no lo es, de manera el otro encuadre noticioso en esta portada es de carácter conflictivo.

Por tanto, <<Ineficiencia de burócratas del INDEPA¹⁰ en ‘Baguazo’¹¹>>, (subtítulo superior contenido en el color semiótico del rojo) y <<Ex ministra Vildoso revela que pidió hasta en cuatro oportunidades opinión sobre los decretos que afectaban a los nativos y funcionarios de este organismo se cruzaron de brazos>> (subtítulo inferior contenido en color blanco), comprenden sub-plataformas cognitivas que traen a la mente modelos de hecho significativos ocurridos en la selva, hechos también conocidos como la *masacre de Bagua*¹².

¹⁰Siglas que significan: Instituto Nacional de pueblos andinos, amazónicos y afroperuanos. Es necesario mencionar que su antecesora contenía las siglas de CONAPA, Comisión Nacional de Pueblos Andinos, Amazónicos y Afroperuanos, creado ésta durante el gobierno de Alejandro Toledo (2001), del cual, la esposa del ex mandatario, Eliane Karp, era la Presidenta Honoraria. Según Karp, esta Comisión fue creada para que sirva de "mesa de diálogo y prevención de conflictos con representación paritaria de representantes indígenas y delegados de todos los ministerios". Karp renunció a la CONAPA porque la Comisión se convertiría luego en Instituto. No obstante, a pesar del objetivo en favor de los pueblos indígenas más necesitados, este tipo de instituciones "sólo han sido fuentes de corrupción y de manejo deficiente", (<http://peru21.pe/noticia/300806/apristas-indepa-no-les-importo-frenar-baguazo>)

¹¹ Término con el cual se le conoce a 10 decretos legislativos sobre las tierras de la selva del Perú, de los cuales son cuestionables, las leyes 1015, 1073, 994, 1020, 1064, 1081 y 1090. Estas leyes fueron creadas en el marco del Tratado de libre comercio en Perú y Estados Unidos. Igualmente cuestionan las leyes del congreso 840, 1770 y 1992.

¹² Bagua está situado en la selva peruana, a 1000 km de Lima, en la frontera con Ecuador. El 5 de junio del 2009, Día mundial del Ambiente, diversas comunidades indígenas, que llevaban a cabo una protesta desde hace dos meses por no estar de acuerdo con el *Baguazo*, fueron asesinados por 600 policías a mano armada, ayudados por un vehículo blindado, bombas lacrimógenas y helicópteros M 17. La orden partió del gobierno de Alan García Pérez. El hecho fue condenado y tuvo repercusión internacional. En el mensaje oficial se emite 33 víctimas y más de 100 heridos. El resultado no oficial indica que hay más de 100 muertos y cerca de 900 desaparecidos.

Por consiguiente, si en el subtitular superior se menciona la incapacidad moral y administrativa del personal de INDEPA, en el subtitular inferior se detalla más aún esta incapacidad y se les culpa de manera indirecta de la matanza, ocurrido días antes de esta publicación, el 05 de junio del 2009.

En este sentido, de forma indirecta se acusa semióticamente a los actantes que <<son los únicos que cobran>> dentro del grupo de personas que aparecen en esa fotografía, sus nombres aparecen como un índice fotográfico: <<Los apristas Miguel de Loazyza y Mayta Cápac Alatrística, secretario y presidente del Indepa sólo aparecen para la foto>>.

Otra de las noticias que tiene relación con la información principal de la portada, es la que figura debajo del logotipo del diario, 'Perú21', la cual sale el Presidente de gobierno de ese entonces, Alan García Pérez, de cuyo titular reza de la siguiente manera: <<Alan García retrocede>> y un subtitular que indica, <<Deja abierta la opción de derogar decretos>>, con lo cual, el gobierno quiere dar a entender que deja campo libre para que eliminen dispositivos referentes al *Baguazo*. En este sentido, puede que se intente calmar la indignación de la gente indígena de la zona, así como también de la opinión pública y de la prensa en general. De ahí que, a nivel semiótico este ítem informativo funcione también como un apoyo ideológico al enunciado inferior, donde la exministra Viloro acusa a los actantes lexicalizados en la noticia principal.

Por lo tanto, desde el punto de vista del medio, la ineficiencia del INDEPA ha sido el causante principal de que ocurriese la masacre en Bagua, el mismo que aparece como un sub-tema de la noticia, pero que en realidad, es el asunto de fondo noticioso, enaltecido semióticamente a través de un argumento de corrupción.

2.- Discurso: La portada contiene una plataforma semiótica principal y otra abstracta, ésta última genera modelos episódicos ocurridos días antes de la emisión de esta noticia, el 05 de junio del 2009, fecha cuando sucede la matanza. Por consiguiente, el discurso ofrece dos tipos de lectura que encierran una serie de antivalores: corrupción, irresponsabilidad y racismo.

Por tanto, es una noticia con diversos mensajes, los cuales la hacen pluri-discursiva porque toca diversos temas que atañen a esta clase de contextos de los cuales ideológicamente se enfrentan, es decir autoridades del INDEPA que no prestan atención a la gente nativa, autoridades locales y de gobierno que hace caso omiso a las necesidades de las comunidades nativas, y por último abuso de poder.

En este sentido, tales significados se extraen no tanto de la forma como están contruidos los bloques informativos sino del trasfondo de algunas palabras o frases claves dentro de esas estructuras, tales como el titular <<Solo cobran>>, <<Indepa>> y <<Baguazo>>. Hay que destacar también que el elemento semiótico del color rojo establecido como ícono-símbolo, representa la estructura metalingüística más importante para co-entender parte del mensaje principal de la portada, ya que sin esta característica semiótica no se podría leer quiénes son los que cobran.

No obstante, el argumento más sustancial del discurso para conocer mejor el por qué es que <<Sólo cobran>> estos dos personajes y por qué <<son ineficientes>>, yace en el subtitular inferior, el cual ofrece otra lectura que no está icónicamente impresa, pero que está inmersa dentro de *modelos episódicos* recientemente, el cual remite al problema de fondo sobre el *Baguazo* y posteriormente de su consecuencia: <<Ex ministra Vildoro revela que pidió hasta en cuatro oportunidades opinión sobre los *decretos que afectaban a los nativos* y funcionario de este organismo se cruzaron de brazos>>.

En cuanto a la noticia pequeña en la cual contiene la imagen de Alan García, quien era jefe de gobierno de ese entonces, tiene relación directa con el bloque lingüística inferior, en donde la exministra Viloro trata de <<limpiar>> de responsabilidad al gobierno, a través del argumento que <<la incapacidad de los miembros principales del Indepa>> ha sido un motivo sustancial en la masacre de Bagua. Por lo tanto, a nivel discursivo, ambos enunciados se complementan.

En cuanto a la construcción gramatical, del titular <<Solo cobran>> se puede hacer la

siguiente modificación en función del significado general: <<Sólo cobran los apristas, Luis Miguel de Loayza y Mayta Cápac Alatrística, secretario y Presidente del Indepa>>, enunciado *constatativo* con **valor performativo** indirecto al parafrasearlo del siguiente modo: <<**Afirmo** que sólo cobran, Luis Miguel de Loayza y Mayta Cápac Alatrística, secretario y Presidente del Indepa>>. Del mismo modo sucede con los titulares superiores e inferiores, reconstruyendo de forma gramatical, para una mejor observación y constatación de la **performatividad**, como es el ejemplo del titular superior que se pone a continuación: <<**Afirmo** que hay Ineficiencia de burócratas en Baguazo>>; en el caso del titular inferior no se procede a ninguna modificación: <<**Afirmo** que ex Ministra Vildoro revela que pidió hasta en cuatro oportunidades opinión sobre los decretos que afectaban a los nativos y funcionarios de este organismo se cruzaron de brazos>>.

En relación a la noticia pequeña, se realiza el mismo procedimiento: <<**Afirmo** que Alan García retrocede>>, con lo cual es un enunciado *constatativo de valor performativo expositivo*. De igual forma, sucede con el titular de esa pequeña nota, <<**Advierto** que deja abierta la opción de derogar decretos>>.

Por tanto, el objetivo principal del medio es establecer que hay una relación implícita entre el Indepa y la matanza en Bagua, que más allá del tema de la corrupción y burocracia existe un abuso de poder con las comunidades indígenas en Bagua. No obstante, mediante el titular inferior, que es la voz de la exministra, de manera metafórica <<se limpia las manos>> y culpa a los responsables más directos, los apristas Miguel de Loayza y Mayta Cápac Alatrística, presidente y secretario respectivamente del Indepa.

3.- Acción: En la estructura semántica de la noticia, los actantes principales permanecen pasivos ya que no hay ninguna manifestación de ellos en ningún bloque lingüístico. Por tanto hay un desacuerdo entre el enunciador y estos actantes, porque se les juzga y se les acusa directamente, no sólo de manera icónica sino también argumentativa a través de las palabras de la exministra, Vildoro.

4.- Identidad/Pertenencia: El discurso narrativo de la portada comprende dos plataformas semióticas, la principal que es la noticia directa y la abstracta que es la noticia pasada. Por tanto, en la primera lectura se observa un hecho de corrupción, de la cual se puede deducir el siguiente enunciado semiótico: <<Sólo cobran el Presidente y el secretario del Indepa, los demás miembros no>>. Dentro de esta misma lectura, existe la estructura lingüística que yace en el subtitular inferior y que funciona al mismo tiempo como la puerta cognitiva hacia la otra plataforma discursiva que se mantiene abstracta dentro de la noticia principal, <<Exministra Vildoro revela que pidió hasta en cuatro oportunidades opinión sobre los decretos que afectaban a los nativos y funcionarios de este organismo se cruzaron de brazos>>, es decir se remite a los hechos de muerte ocurridos en Bagua. Por tanto, la exministra, pertenece de manera indirecta al grupo de poder político y trata de <<limpiar la inacción del gobierno>> culpando directamente a los principales miembros de Indepa. El medio <<levanta la noticia>> por un tema de corrupción pero en el fondo el argumento es <<desterrar la responsabilidad de los cargos más altos del gobierno>>. Las ideologías de poder y transgresión quedan establecidas en este discurso. Por consiguiente, el <<Indepa>>, que pertenece a una ideología intermediaria entre los grupos étnicos y el estado, pertenece más a una ideología de corrupción; dentro de este discurso ésta juega un papel semiótico de <<conejiillo de indias>>, mientras que el grupo víctima, el de la comunidades indígenas, pertenecen a la ideología ambiental, que lucha por mantener sus tierras fuera del alcance de las grandes empresas neoliberales.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): En esta portada se establece un modelo situacional político de atribución de responsabilidad, conflicto y de carencia de valores, estas dos últimas características están contenidas en otro modelo situacional indirecto. Por tanto, en la primera estructura semiótica, el modelo situacional es un hecho de corrupción dado que sólo cobran el Presidente y el secretario del Indepa; y en la segunda plataforma, se refiere básicamente a un tema de conflicto ocurrido en Bagua debido al *Baguazo*. Por consiguiente, la puerta o enlace cognitivo que une esas dos estructuras yace sobre el subtitular inferior en la cual la exministra Viloro acusa de manera casi directa a los miembros del Indepa de la masacre en la selva.

En este sentido, la primera plataforma semiótica contiene elementos de modelos semántico, debido que su lectura cognitiva es de rápida absorción; no obstante, en lo que respecta a la segunda plataforma puede que no se produzca de una manera directa tales efectos ya se utilizan palabras claves que corresponden a la socio-semiótica discursiva peruana: *Indepa* y *Baguazo*.

6.-Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): La primera estructura contextual es un modelo episódico de cuyos elementos semióticos contienen velocidad cognitiva, éstas se ven reflejados en el titular <<Sólo cobran>> y el índice-símbolo del círculo de color semiótico rojo para señalar que sólo tales personas cobran; por tanto, este tipo de lenguaje forma parte de la memoria semántica y que es entendible para cualquier persona ajena al contexto peruano. Sin embargo la otra estructura, que es la que no se ve directamente, es más difícil de relacionarla con modelos semánticos porque tanto en los subtítulos superiores e inferiores se usan palabras claves que pertenecen sólo al contexto peruano. Por tanto a grandes rasgos, esta segunda estructura contextual no forma parte del modelo semántico.

7.- Modelos parciales: La noticia en sí tiene inmediatez cognitiva, por el ícono-símbolo establecido, por tanto hay lexicalización discursiva dado que se les está culpando directamente de corrupción. Además, en el subtítulo inferior, también existen elementos semióticos acusatorios pero ya no de corrupción sino de ineficiencia y falta de responsabilidad al no responder de forma automática a la exministra Vildoro sobre los acontecimiento que sucedía en Bagua, antes de la matanza de los manifestantes indígenas.

Por tanto, a partir de aquí, puede que se genere un modelo ideológico en el lector de que <<Sólo el presidente y el secretario del Indepa son culpables de la masacre en Bagua>>, y que por tanto, ningún político del gobierno lo es, o al menos no hay discernimientos directos que aluden a pensar sobre ello. Por consiguiente, este tipo de noticias contiene modelos parciales casi explícitos de los cuales, es fácil de interpretar a través de la primera y segunda lectura semiótica, pero no hay otras cuestiones lingüísticas o estructuras metalingüísticas que conlleven a establecer a la posibilidad de <<otros culpables>> dado

que fue un hecho que repercutió la política nacional y en la conciencia de los ciudadanos a nivel moral.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): A pesar de que la noticia de la primera estructura semiótica contiene memoria episódica por ser una información más concreta, esta plataforma pertenece más a un modelo semántico debido a que es una información que posee velocidad cognitiva por la relación entre el titular y el ícono-símbolo sobre la imagen. En cuanto a la segunda estructura, no hay modelos semánticos propiamente dichos a primera observación; sin embargo, se puede relacionar algunas palabras claves con episodios del lugar, aunque no se entiendan a primera instancia, ya que en otros modelos semánticos se utilizan también palabra claves y que por tanto se pueden comprender que tales elementos pertenecen a noticias más concretas. De esta manera se produce una background entre estos modelos dentro de la noticia principal <<Sólo cobran>>, no obstante, la retroalimentación reduce su calidad en la segunda plataforma semiótica que es la remite a los hechos acontecidos en la selva peruana.

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad de ‘necesidad’ en la construcción del titular, <<Sólo cobran>> y en el subtítulo <<Ineficiencia de burócratas en *Baguazo*>>.
- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, el predicado que más se acerca a un significado de descripción de los actores sociales recae en el

subtitular inferior: <<...se cruzaron de brazos>>; y en titular de la nota pequeña, <<Alan García *retrocede*>>.

- La lexicalización aparece en el titular <<Sólo cobran>>, en el bloque lingüístico superior, <<Ineficiencia de burócratas en *Baguazo*>>, así como en el pequeño bloque lingüístico establecido como un índice informativo dentro de la fotografía, <<Los apristas Miguel de Loaya y Mayta Cápac Alatrística, secretario y presidente del Indepa, *sólo* aparecen para la foto>>.
- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: En el discurso aparecen básicamente, tres roles semánticos, en el primer grupo están los actantes principales de la noticia de la primera estructura, El presidente Miguel de Loayza y el secretario Mayta Cápac Alatrística, de Indepa, que son acusados de corrupción porque <<sólo cobran>> ellos; el segundo grupo lo constituye de manera indirecta, el gobierno peruano en la persona de la exministra Vildoro, que tiene el papel fundamental- de aunque ya no pertenece al gabinete de Ministros del estado- de librar de toda responsabilidad al estado culpando de manera directa al otro grupo de poder menor, simbolizados en los actantes de la burocracia de esa Institución; el tercer grupo, es el que pertenece a la segunda estructura abstracta, que no se ve literalmente pero que se menciona a través de la palabra clave, el *Baguazo*, motivo por el cual cientos de manifestantes indígenas y civiles fueron asesinados por la policía, además de un centenar de desaparecidos.
- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta clase de portadas encontramos dos perspectivas de semántica discursiva, la primera lexicalizada, en donde se critica a los actantes del Indepa que son los únicos que cobran; y la otra perspectiva de opinión lo establece el enunciado del bloque inferior a través de la acusación indirecta que hace la exministra Vildoro, que debido a la ineficiencia del presidente y del secretario de esa Institución es que se produce el crimen en Bagua. Por tanto, de alguna manera se intenta excluir el rol del gobierno en un hecho que en principio se pudo haber evitado.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: Entre el titular y el ícono existe una mimesis literal, puesto que el ícono principal, que son los dos actantes- está contenido dentro de un ícono-símbolo que indica como dice el titular que <<Sólo ellos cobran>>.
- Retórica: Toda la portada abarca una retórica argumentativa epidíctica porque además de criticar a los actantes principales de corrupción, también se les acusa de ser los responsables de la matanza en Bagua. En ese sentido, se observan elementos de enfoque retóricos del *logos* porque se exponen las ideas mediante juicios de valor. En menor medida, se visualizan componentes de enfoque retóricos de *pathos* porque mediante el ícono-símbolo se apela de alguna manera a lo emocional mediante el lenguaje de excesiva literalidad que hay entre el titular principal y la imagen noticiosa.

11.- Expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: En este tipo de portadas, existe unicidad entre el titular y la imagen, ya que debido a la excesiva literalidad semiótica, tanto la estructura lingüística principal como la estructura icónica se complementan y se obtiene así un significado total. Por tanto, el titular tiene la función también de un titular verbo-visual, y el ícono al cual remite el objeto, contiene elementos doblemente semióticos por el índice-símbolo establecido dentro del color semiótico del rojo, el cual también es metafórico.
- La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: Debido a la relación que hay entre el titular y la imagen noticiosa, además del subtítulo principal que incluye el color semiótico del rojo, y de la puerta cognitiva lingüística que yace en el subtítulo inferior y que remite a otra plataforma que se relaciona con el *Baguazo* y con la matanza en Bagua, indica una lectura discursiva que connota demasiado literalidad, con lo cual sugiere también una pasión escópica por saber más detalles

del por qué sólo cobran ellos, qué sucede dentro de Indepa, o conocer más argumentos que los señale como los culpables de tales asesinatos.

12.- Interacción

- El marco y foco: Ningún elemento discursivo es analizable en este punto.

13.- Proyección

- La experiencia sobre metáforas ontológicas y estructurales: En toda la portada se establece una serie de elementos discursivos que establecen una forma de lectura interesante y compleja. En este sentido, existe un dominio meta ontológica que implica la siguiente relación: <<contenedor: contenido/sustancia>>. Por tanto, mediante la señalización del ícono-símbolo <<Los actantes del Indepa contiene la condición de que ‘Sólo cobran’>>. No obstante, a nivel de significación en su totalidad, los actantes, Miguel de Loayza y Mayta Cápac Alatrística, son derrotados por la otra actante que aparece de forma indirecta en el discurso, que yace sobre el subtitular inferior, <<Exministra Vildoro revela que pidió hasta en cuatro oportunidades opinión sobre los decretos que afectaban a los nativos y funcionarios de este organismo se cruzaron de brazos>>, con lo cual se establece la metáfora estructural de dominio meta <<Toda discusión es una guerra>>, en la que el gobierno, a través de las palabras de la exministra le atribuye responsabilidad a la burocracia del Indepa.

14.- Fusión Conceptual:

- Red de integración a través de redes de un solo nivel: Para una mejor observación en este punto se realiza lo siguiente, en función al significado de la totalidad semiótica de la portada: <<Corrupción en Indepa: sólo cobran Miguel de Loayza (secretario) y Mayta Cápac Alatrística, (presidente)>>. // Ineficiencia del Indepa es culpable del crimen en Bagua: exministra Vildoro les había solicitado opinión sobre los decretos leyes que afectaban a los nativos

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- Contigüidad en la metonimia: Se produce cuando hay una relación externa del sema con la palabra objeto. En este sentido, la frase <<cruzar de brazos>>, que se encuentra en el predicado del subtitular inferior, indica una relación referencial a la frase <<no hacer nada>>, por tanto en esta parte del enunciado se produce una suerte de frase metonímica.
- Catacresis en la metáfora: Se dice que hay catacresis en la metáfora cuando se crean relaciones nuevas entre dos objetos diferentes. Por tanto, el término *Baguazo*, si bien es cierto que es una palabra que sólo se conoce en la discurso socio-semiótico peruano, del cual gramaticalmente contiene un sufijo aumentativo, puesto que la palabra raíz es el lugar de donde proviene: Bagua, una ciudad localizada en la selva peruana. En este sentido, esta nueva palabra sufre un cambio semántico, porque ya no se refiere específicamente a esa ciudad sino que se extiende hacia otro campo diferente y abstracto, como son las leyes. Por tanto, <<Baguazo>> se refiere a una serie de decretos legislativos de la selva peruana que se crearon en el marco del Tratado de Libre Comercio entre el Perú y Estados Unidos.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- El color rojo es un **símbolo/signo/metáfora**: Se encuentra en el subtitular superior que está tipografiado en color rojo, con lo cual ofrece un mensaje metalingüístico para catalogarlo como el hecho más importante o el motivo principal de la noticia. El otro ejemplo se observa a través del ícono-símbolo en forma de círculo, que indican señalización y que está contenido en color rojo, el mismo que sirve de función semiótica al titular. Por tanto es un signo cuasi-lingüístico.

17.- Metáfora y humor

- Humorismo y sátira: Dado que no existe un humor metafórico propiamente dicho, sí se encuentra un lenguaje semiótico lexicalizado dentro de la imagen noticiosa de la portada y que por tanto, debido a esa simple forma de comunicar y graficar

<<quiénes son los que cobran>>, es que se origina una suerte de humorismo que tiene que ver más con la objetividad de los hechos y la crítica hacia los personajes lexicalizados.

18.-El Stadium y el punctum: En cuanto al *studium*, éste sería el complemento que tiene el titular verbo-visual <<Sólo cobran>> y la imagen lexicalizada, dado que de alguna manera se produce cierto impacto cognitivo a través de la utilización de tales elementos semióticos que grafican lo que quieren decir. En cuanto al *punctum*, lo que más hiere es el modelo episódico que se relaciona a través de la palabra *Baguazo*, ya que se relaciona automáticamente con los asesinatos de manifestantes indígenas de la ciudad de Bagua a manos de la policía nacional que obedecían órdenes de autoridades del gobierno. En este sentido, el *punctum* pertenece a la noticia anterior, al hecho ocurrido el 05 de junio del 2009, días antes de esa publicación; el mismo que contiene características de abuso de poder entre ideologías occidentales y no-occidentales: La ley del *Baguazo* (tratados entre Perú y Estados Unidos) y el derecho que tienen las comunidades indígenas a que se respeten sus tierras y sus formas de vida.

19.- Metáforas visuales

Metáfora contextual: Las palabras claves que connota un tipo de metáfora contextual son <<Baguazo>> e <<Indepa>>. Debido a la composición de la lectura discursiva, la portada contiene dos plataformas semióticas, las cuales remiten a dos noticias entrelazadas que contienen una serie de antivalores tales como corrupción, burocracia y abuso de poder con elementos de trasfondo racistas. En este sentido, la noticia invita a una reflexión: en una sociedad pluricultural y multilingüe como es el territorio peruano, la cual está inmersa en una clase política difícil y conflictiva, con pocos componentes que se ajusten a un mejor entendimiento entre las distintas comunidades que cohabitan el país, los elementos semióticos reflejarán siempre esa distorsión y rompimiento social y que técnicamente se le puede llamar hasta el momento como metáfora contextual.



1.- Contexto: La portada establece una estructura de <<pérdida de valores>> generalizado. El actante representado es un policía en pleno ejercicio de sus funciones, a quien se le toma como símbolo preventivo para la construcción discursiva que yace en resumen en el titular: <<*Fuera los coimeros*>>; es decir una expresión popular que connota *abajo la corrupción por parte de la policía*. De esta manera se le atribuye la responsabilidad a este grupo de trabajadores por <<hacer de esta práctica>> casi un deporte a nivel nacional. Por tanto en un contexto de corrupción a gran escala, la otra cara de la moneda exige un auto-regularse para <<limpiar>> moralmente a la institución policial. En este sentido, tal demanda se refleja como una necesidad más que moral, una necesidad política, y eso se lee en el subtítulo dentro del encabezado en fondo de color rojo, <<Aprueban nuevo régimen disciplinario de la policía>>.

Por consiguiente, se busca establecer un orden y <<ganar>> el respeto perdido ante la opinión pública y esto se refuerza mediante <<amonestaciones>> en el caso de que algún individuo de la policía no cumpla la ley, así lo dice el subtítulo en la parte superior tipografiado en color negro, <<Agentes que exijan o reciban dinero para hacerse de la vista gorda serán automáticamente pasados al retiro>>.

Entonces, lo que el medio refleja es de alguna forma una advertencia a esos policías que son corruptos para que no intenten transgredir la nueva ley ya que serán castigados, en este sentido, el contexto es un modelo situacional de índole institucional y con tintes políticos, en donde se le atribuye la responsabilidad moral a dicha organización policial, la misma que crea un lenguaje de conflicto ya que se sobrentiende que no todos los policías del país tienen esas costumbres.

2.- Discurso: A través del enunciado general, se constituye sólo una plataforma de atribución de responsabilidad, el cual se plasma más en la estructura lingüística a través del titular verbo-visual, << ¡Fuera los *coimeros*¹³! >>, el cual está establecido a manera de sello

¹³ Persona que da o recibe *coimas* y se entiende por éste último que es una *dádiva con que se soborna*, así lo indica el diccionario de ‘La Real Academia Española’, el cual se puede observar en el siguiente link: <http://dle.rae.es/?id=9hXE4na&o=h>

que connota orden o mandato, el subtitular principal también yace dentro de ese recuadro rojo, <<Aprueban nuevo régimen disciplinario de la policía>>. Por tanto, la lectura discursiva le exige a toda la institución policial a <<portarse bien porque de lo contrario serán castigados con esa nueva ley>>, así lo indica en la parte superior del subtitular a modo de resumen: <<Agentes que exijan o reciban dinero para hacerse de la vista gorda serán automáticamente pasados al retiro>>; en el cual posee un índice constituido con la numeración de la pág. <<15>>.

En relación a la construcción del titular, es una frase *constatativa*, porque resumen la noticia mediante una expresión popular de fácil acceso, el cual hace la función de texto verbo-visual, y que además contiene un alto grado de *performatividad expositiva de forma indirecta*, es decir en este ítem se puede deducir lo siguiente, <<Advierto que todos los policías ‘coimeros’ pasarán a retiro si no cumple la nueva ley>>.

En cuanto al subtitular que está debajo del titular, se puede deducir lo siguiente, <<Afirmoque aprueban nuevo régimen disciplinario de la policía>>, con lo cual también es un enunciado *constatativo* pero con alto grado de *performatividad expositiva*.

Se aplica también el mismo ejercicio para el otro subtitular tipografiado en color negro: <<**Adviertoque** agentes que exijan o reciban dinero para hacerse de la vista gorda serán automáticamente pasado a retiro>>, del mismo modo se observa que es un *enunciado constatativo* pero que a su vez es *performativo expositivo* de una manera tácita como en los demás enunciados.

Por consiguiente, todo el enunciado a nivel macro-discursivo es una orden o mandato, con lo cual se establece también que es un *performativo ejercitativo o de decreto*. Apliquemos de nuevo el mismo ejercicio en el titular principal, el cual ha sido transformado gramaticalmente sin dañar su esencia en el significado: <<Advierto que todos los policías ‘coimeros’ pasarán a retiro si no cumple la nueva ley>>. En este caso es una orden a través de una condicional porque si no obedecen las leyes a priori, tendrán como consecuencia lo que se designa a posteriori. No obstante, <<¡Fuera los ‘coimeros!’>> -el titular tal cual-

también designa una orden, el cual quiere decir <<¡Fuera los ‘corruptos!’>>. En este sentido, como se dijo al comienzo de este párrafo, se puede observar que todo el mensaje discursivo de la portada establece esa orden o mandato de <<advertencia>> porque está lexicalizado no sólo lingüísticamente sino también a través de la forma de sello que puede entenderse como <<orden aprobada>>.

Por tanto, el objetivo del medio es puntualizar la nueva ley en contra de los policías corruptos a través de una plataforma de prevención o exhortación directa mediante componentes lexicalizados que connotan el drama en la cual está sumergida la policía nacional con frases populares que de alguna manera desencadenan en humor.

3.- Acción: En la estructura semántica de la noticia, el actante principal es un agente anónimo que constituye representatividad policial y que por lo tanto, a pesar de que está en el ejercicio de sus funciones, para el discurso es un agente pasivo y en este sentido, el enunciador hace el rol de actante tácito porque más allá de describir la nueva ley en contra de los policías corruptos, también critica por medio del titular verbo-visual. En este sentido, no aparece ninguna manifestación por parte de la policía, con lo cual el discurso decreta y advierte a través de las estructuras lexicalizadas; por tanto, se observa que no hay acuerdo entre las partes, con lo cual el enunciador tiene el poder del discurso.

4.- Identidad/Pertenencia: La plataforma de advertencia comprende un escenario general el cual de manera tácita contiene una realidad innegable. Es decir, las leyes que dictaminan en detrimento de los policías ‘coimeros’ denota el alto grado de corrupción que tiene la Policía Nacional del Perú y que por lo tanto, <<es necesario hacer tales regulaciones>>. Al margen, de estos escenarios discursivos propios del contexto, también aparece el actante tácito que es el enunciador y que como tal, su posición frente a estos hechos es de crítica, la misma que también constituye <<hartazgo>> de ahí el titular verbo-visual, << ¡Fuera los ‘coimeros’! >>.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): En esta portada se establece un modelo de situación institucional y político, en

el cual se le atribuye responsabilidad moral al único actante principal, la Policía Nacional del Perú, simbolizado en un individuo anónimo que aparece en el ejercicio de sus funciones y que, en conjunción con el hecho noticioso que está fijado en el texto verbo-visual << ¡Fuera los ‘coimeros’! >>, se indica la existencia de componentes corruptos de fondo. De esta manera, se señala un modelo episódico y de cuyo encabezado contiene una expresión popular, la misma que sirve de velocidad cognitiva, <<¡Fuera los corruptos!>> (en otras palabras). Este tipo de estructura tiene marcos semánticos, los cuales se apoyan en los demás bloques lingüísticos como el subtítular principal dentro del ícono del sello, además del otro subtítular tipografiado en color negro. En este sentido, tales lecturas ayudan a relacionar el tema principal: Leyes que sirvan para aminorar la corrupción que hay en la policía peruana.

6.-Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): En este punto, esta noticia de memoria episódica, por ser un tema muy general como es el hecho de <<corrupción>>, forma también parte de la memoria semántica puesto que éste es la intersección cognitiva entre un modelo episódico y el semántico y es aquí donde se produce tensión cognitiva dentro de este modelo contextual, que en un principio no queda claro en el titular verbo-visual, <<¡Fuera los ‘coimeros’!>> pero que con el apoyo cognitivo de los demás bloques textuales, el modelo contextual se hace también más general y que por tanto, se relaciona de manera inmediata con la memoria semántica.

7.- Modelos parciales: La noticia constituye un discurso unidireccional, por consiguiente, no hay más proposiciones que establezcan una suerte de conversación entre un actante y otro. En este sentido, el enunciador propone una lectura crítica hacia el único actante principal que aparece de forma pasiva. Por consiguiente, si bien es cierto que en la policía peruana hay niveles altos de corrupción, también es válido pensar que no todos los individuos que trabajan en esa institución podrían actuar de esa manera. Por tanto, el discurso contiene ideologías generalizadas de crítica y al mismo tiempo de advertencia para que los <<coimeros (que son muchos) >> sean <<expatriados>> de su institución, así lo indica en los subtítulos al señalar que serán <<automáticamente pasados al retiro>>. De esta manera, a través de la lexicalización se crean ideologías en contra de la institución

policial al <<generalizar>> de manera indirecta, aunque tales proposiciones pueden contener veracidad.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): A pesar de que la noticia contiene memoria episódica por ser una información más concreta, la estructura pertenece más a un modelo semántico debido a que es una información que contiene un elemento constante que suele pasar en la mayoría de contextos ajenos al peruano. Por tanto, aunque no se pueda entender en primera instancia el significado del titular verbo-visual << ¡Fuera los ‘coimeros’! >>, por medio de la construcción socio-discursiva de los bloques lingüísticos y de la imagen, se establece mejor la comprensión de la noticia. Por tanto es una noticia episódica que contiene una expresión popular pero el fondo de la noticia es fácilmente digerible a través de los marcos semánticos como son las estructuras icónicas y metalingüísticas, ya sean por el color o la tipografía, de los textos. En este sentido, existe un *background* entre ambos modelos que pueden apoyarse a través del texto verbo-visual o por medio de los demás enlaces textuales en función con los demás componentes cognitivos.

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad tal vez de ‘necesidad’ en la construcción del titular, <<¡Fuera los coimeros!>> para llamar la atención o ser más impactante, el cual representa una puerta cognitiva hacia el escenario de los hechos, o en su defecto, persuade a la lectura de los demás bloques textuales.
- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, el predicado que más se acerca a un significado de descripción de los actores sociales recae en parte

del titular verbo-visual y en el subtítular tipografiado en color negro: <<...los coimeros>> y << ...para hacerse de la vista gorda serán automáticamente pasados al retiro>>, respectivamente.

- La lexicalización aparece en el titular verbo-visual << ¡Fuera los cimeros!>>, en el bloque lingüístico <<Agentes que exijan o reciban dinero para hacerse de la vista gorda serán automáticamente pasado al retiro>>.
- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: En el discurso, se establecen dos tipos de roles semánticos, en primera instancia, el actante criticado que es la Policía Nacional del Perú; y el otro actante que aparece de manera tácita, que son las personas que hacen las nuevas leyes para regir a todos los posibles los <<coimeros>>; y el enunciador que es el actante que critica al actante principal visible en el discurso.
- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta clase de portadas, por ser la noticia que contiene una connotación indignante como es el tema de corrupción en la policía, encontramos una perspectiva de semántica discursiva (lexicalización) de crítica y al mismo tiempo de advertencia.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: No existe una mimesis propiamente dicha entre la imagen y el titular como en anteriores ejemplos. Lo que sí se puede establecer es que hay un trabajo en conjunto entre la imagen, el texto verbo-visual y el otro bloque lingüístico donde se detalla más lo que dice en el encabezado principal.
- Retórica: Toda la portada abarca una estructura semántica en la que se maneja elementos de recurso retórico pertenecientes a *logos* porque los enunciados lingüísticos en los cuales se apoya son hechos sólidos y apelan a la razón: <<Agentes que exijan o reciban dinero para hacerse de la vista gorda serán automáticamente pasados al retiro>>. No obstante, al mismo tiempo, el titular que

es verbo-visual, por su construcción discursiva, apela también a la emoción; por tanto, <<Fuera los ‘coimeros’>> constituye un discurso argumentativo *epidíctico* porque de alguna manera <<condena>> a los coimeros, pero en relación a lo demás contiene una retórica persuasiva en base a *logos*.

11.- Expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: De acuerdo a esta teoría, en esta portada, sí existe la unicidad entre el titular y la imagen puesto que ambas estructuras se complementan de manera cognitiva en el discurso.
- La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: En este sentido, el titular que contiene la función de texto verbo-visual, el cual yace a manera de <<orden>> establecido en forma de sello, hace que se genere una <<pasión escópica>> y que por tanto, se procede a la lectura en los demás enunciados.

12.- Interacción

- El marco y foco: En cuanto al titular, dado que es una expresión popular, <<Fuera los coimeros>>, se puede realizar la siguiente modificación en favor de una mejor observación y verificar si hay un marco y un foco propiamente dicho: << Todos los policías ‘coimeros’ pasarán a retiro si no cumple la nueva ley >> . Una vez hecho el procedimiento, se establece que no hay ningún foco que metaforice a toda la oración. Tampoco en los demás bloques lingüísticos se analiza

13.- Proyección

- La experiencia sobre metáforas ontológicas y estructurales: Aunque el titular parezca demasiado literal y los demás bloques lingüísticos también; en toda la portada en sí se establece una serie de elementos discursivos que establecen una forma de lectura interesante que excluye y que por tanto también incluye. En este sentido, existe un dominio meta ontológica que implica la siguiente relación: <<contenedor: contenido/sustancia>>. Es decir, <<Fuera los ‘coimeros’>> indica exclusión, por tanto, sólo quedan los que <<no son coimeros>>, se quedan <<los

que cumplen el nuevo régimen disciplinarios de la policía>>. Entonces <<el *texto verbo-visual* es un *contenedor*: y los que ‘no son coimeros y que acatan la nueva ley’ es la *sustancia*>>.

No obstante, a nivel de significación en su totalidad, se establece la metáfora estructural <<Toda discusión es una guerra>>, en la que el enunciador –el medio- le gana, a los que <<sí son coimeros>> y que según el enfoque del discurso, son muchos debido a la necesidad de la creación de esa ley. Por tanto, el dominio meta son las ideologías de crítica que el enunciador maneja para <<derrotar>> mediante la crítica y enunciados lexicalizados a los policías corruptos y estos, por ser agentes pasivos en el discurso, son vencidos.

14.- Fusión Conceptual:

- Red de integración a través de redes de un solo nivel: Se puede encontrar también a nivel de resumen de toda la portada: <<No hay cabida para la corrupción: nueva ley disciplinaria para los policías los castiga mediante el retiro obligatorio de sus funciones>>.

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- Contigüidad y catacresis en la metonimia: Tanto el titular verbo-visual <<Fuera los coimeros>>, así como la expresión <<hacerse de la vista gorda>> vienen a ser expresiones lingüísticas, la primera encierra más un significado dentro del contexto peruano, mientras que la segunda es más conocida dentro del mundo de habla castellana. Por tanto, en cuanto a la primera expresión popular, hay una suerte de relación externa entre el significado del sema <<corrupción>> con el nuevo concepto del sema <<coima>>, entonces hay una contigüidad en ese proceso de significación porque se reemplaza el sema más conocido por otro sema más contextual pero no se compara. Referente a la segunda expresión, se produce una catacresis en ella puesto que <<no hay ninguna clase de relación entre <<hacerse la vista gorda>> y <<hacerse el desentendido>>, entonces es una expresión creada desde hace mucho tiempo atrás pero que se entiende de esa manera, por tanto hay

una relación analógica interna entre <<la vista>> y <<la mente>> pero que ambas relaciones están dentro de lo que significa el cuerpo humano.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- El color rojo es un **símbolo/signo/metáfora**: El titular que hace la función de texto verbo-visual está escrito dentro del icono que es similar a un sello y con fondo de color rojo, por lo tanto, más allá de lo que se dice a nivel textual, a nivel icónico marca unos signos distintivos y hace que se <<lea>> como una metáfora de urgencia, importancia y advertencia.

17.- Metáfora y humor

Dentro del argot político peruano, existen frases populares que han sido utilizados como lemas en algunas campañas electorales. Uno de ellos es esta frase no la establecida como popular sino la que se entiende mejor a nivel general: <<Fuera los corruptos>>, la cual fue usada por el congresista Jorge Mufarech Nemy como parte de su carrera política. Sin embargo, este personaje al ser víctima de la corrupción, mostró una inconsistencia entre lo que prometía y lo que produjo. Por consiguiente, hay una suerte de humorismo en el texto verbo-visual, ya que de alguna forma se ironiza mediante el significado de la palabra <<corruptos>> y la expresión popular <<coimeros>>. En este sentido, no provoca una risa consecuente sino que se produce un sentimiento contrario entre la realidad y la práctica de esa relación mental y de la noticia actual, ya que hay tanta corrupción en la institución de la policía que hace pensar que una sola ley disciplinaria no basta para mejorar el prestigio de los policías.

18.-El Stadium y el punctum: En cuanto al *studium*, éste sería la proyección del titular verbo-visual porque remite al escenario de quien utilizó por primera vez el significado de esa expresión, Jorge Mufarech, a través de la frase de campaña <<Fuera los corruptos>> y que al final había resultado ser <<otro corrupto más>> en la política peruana. En cuanto al *punctum*, éste implicaría el escenario real de la policía nacional en conjunción con los valores que puede tener cada individuo dentro de esa institución. Por tanto, más allá de la ley disciplinaria, se mancha el honor de algunos policías que no son corruptos o

<<coimeros>>.

19.- Metáforas visuales

Metáfora contextual: En cuanto al discurso en general del enunciado, se refiere a un contexto de atribución de responsabilidad por falta de ética en las funciones de la Policía Nacional del Perú, esto evidencia la corrupción que no sólo atañe a la política sino que además a una institución que debería mantener valores contrarios a esa clase de antivalores. Dentro de ese discurso, yace una metáfora contextual por la utilización de la frase popular propia de ese lugar, <<coimeros>> y por la forma como se divulga la información, ya que es propio de este tipo de prensa de ironizar y llevar con cierto humor temas tan preocupantes como es la situación amoral de la policía peruana.

GRAN JALE
Fueron elegidos los mejores futbolistas de la Bundesliga por los alemanes. (PÁG. 12)

“PORQUERÍA” ES POCO PARA SHOW DE LAURA BOZZO
Canal 11 de Bogotá. (PÁG. 14)

ABIMAE Y LA IPARRAGUIRRE RECLAMAN VISITA CONYUGAL
El ex presidente y la pareja tras el juicio. (PÁG. 16)

Se demandará entre abogados
(PÁG. 18)

IMPLICAN A ESPOSA DE PINKAS FLINT EN EL CASO FEPER
SBS reducirá comisiones bancarias. (PÁG. 18)

PONDRÁN FIN A COBROS DE MÁS EN CRÉDITOS

www.peru21.pe

Perú .21

PRECIO: S/ 0,70

SE PUBLICA A CADA SEMANA DE LUNES A VIERNES

100 SOL CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ

DIRIGENTES DE LA CGTP PIDEN CUOTA A REINCORPORADOS Y A INTERESADOS EN NUEVA LISTA

A S/.100 por cabeza

Perú.21 detecta que en cuarto listado figuran cesados por falta grave.
Defensoría del Pueblo ratifica que no avaló la lista. (PÁG. 4)

ESPECIALISTA EN REDES CCNA
Exploración v-4.0

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ
CETIS

INCRÉDULO LLAMANDO AL 411-1111
111-0000

1.- Contexto: La portada remite a un contexto de <<huelga>> dentro de una estructura de lenguaje irónico, ya que el titular,<<A S/. 100 por cabeza>>, también se refleja en la imagen, puesto que ese mismo billete es el marco que contiene a los actantes principales, los miembros de la CGTP – cuyas siglas significan Confederación General de Trabajadores del Perú, el mismo que es el mayor conjunto sindical en el país- en donde también contiene el subtítulo principal, en el cual yace el motivo de la noticia, <<Dirigentes de la CGTP piden cuota a reincorporados y a interesados en nueva lista>>; y miembros de la Defensoría del Pueblo¹⁴, los cuales yacen en el último enunciado textual, <<Defensoría del Pueblo ratifica que no avaló la lista>>.

Por tanto, el discurso ofrece elementos de <<corrupción>> dentro del gremio dado que los que se <<reincorporan>> o quieren <<ingresar en una nueva lista>> es porque han sido expulsados por diferentes razones, por lo general por motivos policiales. Por consiguiente, es necesario agregar que muchos de ellos han sido considerados, de alguna manera, como delincuentes, porque se les han observado en situaciones violentas durante protestas de índoles políticas, institucionales o gremiales. De ahí que este tipo de deducciones son una constante en modelos cognitivos en la ciudadanía, precisamente porque hay evidencias concretas de que los que suelen causar desorden y vandalismo en tales circunstancias pertenecen a la CGTP. Ese malestar social se manifiesta en los subtítulos inferiores, <<'Perú21' detecta que en cuarto listado figuran cesados por falta grave>> y <<Defensoría del Pueblo ratifica que no avaló la lista>>.

En este sentido, lo que el medio quiere dar a conocer es la falta de ética y de moral que tienen los principales dirigentes del mencionado sindicato por avalar y <<reponer>> a miembros que han tenido conductas <<incorrectas>> ante las autoridades.

2.- Discurso: A través del enunciado general, se constituye dos plataformas, la primera es la imagen referente a la CGTP y la segunda plataforma es la estructura icónica del billete de los S/. 100, en la cual se le atribuye la responsabilidad moral de una manera lexicalizada, -

¹⁴ Es un órgano constitucional autónomo del Estado Peruano, creado por la Constitución Política en 1993, para defender los derechos fundamentales, supervisar el cumplimiento de los deberes de la administración estatal, así como la eficiente prestación de los servicios públicos.

tanto por el titular como por la forma de la imagen trabajada- ya que ellos cobran dicha cantidad a cada individuo<<expulsado por mala conducta>> para ser <<reincorporado>>, así lo indica el subtitular superior e inferior. Por tanto, el titular, que por la forma directa del lenguaje además del color rojo utilizado en su tipografía, también aparece lexicalizado,<<A S/. 100 por cabeza>>.

Por tanto, toda la portada constituye la metáfora de Fusión conceptual, el cual es empleado para resaltar la indignación hacia el actante principal de forma irónica. En relación a los bloques lingüísticos, que aparecen tanto en la parte casi exterior del ícono del billete (titular) y en la parte interior del dinero (subtitular), éstos también establecen un nexo metalingüístico al compartir el color rojo, que connota signo y al mismo tiempo metáfora.

En relación a la construcción del titular, <<A S/. 100 por cabeza>>, dado que es una frase *constatativa*, se puede modificar y presentar lo siguiente:<<Dirigentes de la CGTP cobran S/. 100 por cabeza para reincorporar expulsados o cesados por falta grave>>. Por tanto, mediante este pequeño cambio se observa que el enunciado posee en esencia un alto grado de *performatividad expositiva* de manera indirecta.

En cuanto al subtitular superior, esa aplicación no es necesario en vista que éste sí es un oración gramatical propiamente dicha, con lo cual se puede apreciar la *performatividad expositiva* sin necesidad de cambios gramaticales, <<Advierto que dirigentes de la CGTP piden cuota a reincorporados y a interesados en nueva lista>>. No obstante, en el bloque inferior, a pesar de ser oraciones gramaticales, éstas se modifican en algunos detalles de tiempo para mostrar de mejor manera la *performatividad expositiva*: En este sentido, en la primera oración de este bloque, cambiamos el verbo en tiempo presente “detecta” por el pretérito perfecto “ha detectado”, con lo cual obtenemos lo siguiente: <<Afirmando que ‘Perú21’ “ha detectado” que en cuarto listado figuran cesados por falta grave>>. La misma aplicación se realiza con la otra proposición que forma parte de este bloque inferior, por tanto se cambia el verbo “ratificar” por “ha ratificado”: <<Advierto que Defensoría del Pueblo ha ratificado que no avaló lista>>. Por consiguiente, nos damos cuenta que mediante estos ejercicios y aplicaciones, todos bloques incluyen una *performatividad*

expositiva de manera implícita.

En este sentido, tanto a nivel icónico y gramatical, el objetivo del medio es mostrar a modo de resumen la gravedad en la que incurre la dirigencia de la CGTP como es el de cobrar S/. 100 por reincorporar a personas que no deberían estar dentro de ese gremio debido a hechos delictivos. De esta manera, el enunciador muestra en primer plano la noticia dentro del billete y de cuyo titular contiene la cantidad del mismo, una lectura que en cierto modo produce impacto cognitivo en la que visto desde el lado teórico, se observan claramente los elementos discursivos de fusión de estructuras.

3.- Acción: En este sentido, mediante la acción del discurso se contempla que los actantes de la CGTP son pasivos ya que no se observa ningún tipo de indicación lingüística de la cual objetan. Por consiguiente, el enunciador es quien les atribuye la responsabilidad de <<cometer>> soborno, noticia que supone una investigación previa porque así lo dice en el bloque inferior, en la primera proposición, <<'Perú21' detecta que en cuarto listado figuran cesados por falta grave>>. En la otra proposición de ese mismo bloque se aprecia que hay otro actante que, aunque no aparece de manera icónica, establece más presencia <<activa>> que el actante principal dado que se puede leer lo que actante secundario señala, <<Defensoría del Pueblo ratifica no avaló lista>>. Por tanto, hay un desacuerdo entre el actante principal y el secundario pero al mismo tiempo el desacuerdo se hace más notorio en vista que el enunciador remarca tal atribución mediante la composición icónica y el titular irónico.

4.- Identidad/Pertenencia: La portada constituye dos plataformas en una, cuyo resultado discursivo es una lectura de <<denuncia>> en vista de los hechos noticiosos. Por tanto, el enunciador pone de manifiesto el problema de corrupción que hay dentro del gremio de la CGTP, tales atribuciones de responsabilidad se amparan no sólo en las investigaciones periodísticas sino también mediante proposiciones del otro actante que también tiene representatividad institucional como es la 'Defensoría del Pueblo'. Entonces, los modelos mentales de este último con las del enunciador coinciden, las mismas que están en contraposición con el actante principal que es la CGTP. En este sentido, se producen una

colisión de ideologías, en este caso entre lo que es <<correcto>> y lo <<que no es correcto>>, entre el trabajo limpio y el soborno, premisas de las cuales, el enunciador tiene la función de <<juez>> y maneja con creatividad, de manera que ofrece elementos discursivos de rápida absorción cognitiva al lector y pone en mayor evidencia el desprestigio del actante principal, la CGTP.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): En esta portada se establece un modelo de situación gremial y político, en el cual se le atribuye responsabilidad moral a la CGTP, simbolizado en el grupo de individuos que yace dentro del ícono del billete de S/. 100 y que tiene como titular <<A S/. 100 por cabeza>>, discurso que establece una serie de estructuras superpuestas que se fusionan y que hacen más evidente el mensaje, vistos desde dos perspectivas: <<Los dirigentes de la CGTP cobran S/. 100 a personas que no deberían estar en dicho gremio>> o también <<La CGTP no tiene fondos y se <<ve>> obligado a recurrir al soborno y admitir a gente con actitudes vandálicas>>. Por tanto, el modelo situacional es un hecho concreto, propio del lugar que establece también un modelo semántico por la forma icónica debido a que es de rápido acceso cognitivo.

6.-Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): En este punto, esta noticia de memoria episódica, al poseer un tema general de <<corrupción>> forma también parte de la memoria semántica. No obstante, este tipo de noticias encierran más una connotación de modelo contextual dado que es un problema de soborno dentro de un sindicato como es la CGTP. En ese sentido, tanto la estructura icónica como es el billete de S/. 100 en conjunción con el titular <<A S/. 100 por cabeza>> conforman parte de un lenguaje simbólico y lingüístico propio del entorno peruano.

7.- Modelos parciales: La noticia constituye un mensaje claro y conciso, que es la de poner en evidencia la razón por la cual este sindicato cuenta con miembros inapropiados, ya que éstos tienen fama de tener actitudes vandálicas. En este sentido, el enfoque del enunciador, le atribuye la responsabilidad al gremio por sobornar a individuos que no tienen ética y que más bien <<figuran cesados por falta grave>> para luego volveros a

admitir. De ahí el carácter irónico de la construcción del lenguaje icónico y lingüístico. No obstante este tipo de modelo discursivo, que ofrece una lectura con falta de valores, no otorga otros elementos del por qué sobornan, con lo cual el lector sólo genera una ideología con interpretaciones peyorativas en vez de tener más perspectivas en otras proposiciones para que establezcan un mejor juicio de los hechos.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): A pesar de que la noticia contiene memoria episódica por ser una información más concreta, la estructura pertenece más a un modelo semántico debido a que es una información que contiene un elemento constante que suele pasar en la mayoría de contextos ajenos al peruano. Por tanto, aunque no se pueda entender en primera instancia el significado del titular verbo-visual <<A S/. 100 por cabeza>> ya que se puede obtener una interpretación como si se vendieran cabezas de forma literal; sin embargo, el análisis es más bien metafórico debido a la ayuda del lenguaje icónico y del subtitular superior, <<Dirigentes de la CGTP piden cuota a reincorporados y a interesados en nueva lista>>. No obstante, la información todavía no se esclarece del todo hasta llegar al primer enunciado del bloque inferior, <<‘Perú21’ detecta que en cuarto listado figuran cesados por falta grave>>. Por tanto, la tensión cognitiva se produce en el subtitular superior dado que poseen las siglas que hacen connotar que son de una institución o gremio importante en el contexto peruano. Además en los enunciados inferiores se observa la palabra clave de una institución como es <<la Defensoría del Pueblo>>.

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad tal vez de ‘necesidad’ en la construcción del titular verbo-visual, <<A S/. 100 por cabeza>>, para llamar la atención o ser más impactante, el cual ocasionar, de alguna manera una suerte de pasión escópica, es decir de querer <<seguir con la lectura>> de los más bloques textuales.

- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, el predicado que más se acerca a un significado de descripción de los actores sociales recae sobre el subtítular superior, <<reincorporados e interesados>> y al parte del bloque inferior tipografiado en color rojo: <<...cesados por falta grave>>.
- La lexicalización aparece en el titular verbo-visual <<A S/. 100 por cabeza>>, en el subtítular superior, <<Dirigentes de la CGTP piden cuota a reincorporados y a interesados>> y al subtítular inferior, << ‘Perú21’ detecta que en cuarto listado aparecen cesados por falta grave>>, y <<Defensoría del Pueblo ratifica que no avaló la lista>>.
- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: En el discurso, se establecen tres tipos de roles semánticos, en primera instancia, el actante principal la CGTP, criticado debido a hechos de corrupción; la Defensoría del Pueblo que aparece como el elemento cualitativo en el cual, el enunciador se apoya para dar mayor credibilidad a su investigación, porque como dice el enunciado inferior, <<ratifica que no avaló la lista>>. Y por el nivel de lexicalización, el enunciador, dado que mediante su investigación tiene la función de <<atribuirle>> la responsabilidad a la CGTP de estar inmerso en esa situación anti-ética, una de las proposiciones en donde lo indica yace en el primer enunciado del encabezado inferior, << ‘Perú21’ detecta que en cuarto figuran cesados por falta grave>>.
- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta clase de portadas, por ser la noticia que contiene una connotación indignante como es el tema de corrupción dentro de un sindicato de trabajadores hallamos una perspectiva de semántica discursiva (lexicalización) de crítica y al mismo tiempo de atribución de responsabilidad.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: El titular y el ícono contienen mimesis, por tanto crea una analogía cognitiva, con lo cual se establece <<velocidad cognitiva>> en el discurso. Por tanto, yace aquí una lectura redundante.
- Retórica: Toda la portada abarca una estructura semántica en la que se maneja elementos de recurso retórico pertenecientes a *logos* porque los enunciados lingüísticos en los cuales se apoya son hechos sólidos y apelan a la razón: <<Dirigentes de la CGTP piden cuota a reincorporados y a interesados en nueva lista>>. << ‘Perú 21’ detecta que en cuarto...cesados con faltas graves>>, es decir son proposiciones que se basan mediante una investigación preliminar. Sin embargo, el titular verbo-visual, apela también a la emoción, debido a su forma, la misma que es una analogía con la imagen trabajada a *photoshop*, con lo cual remite al recurso retórico de *pathos*. La portada en forma general, le atribuye la responsabilidad al sindicato de <<caer>> en el soborno y al mismo tiempo de propiciar de manera indirecta <<el vandalismo>. En líneas generales, el encabezado principal<<A S/. 100 por cabeza>> en conjunción con los demás proposiciones, constituyen un discurso argumentativo *epidíctico* porque <<pone en evidencia>> y <<condena>>la situación antiética del gremio.

11.- Expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: De acuerdo a esta teoría, en esta portada, no se complementan tal cual, dado que cada una son funcionales por sí solas. Sin embargo, dentro de la estructura del ícono, a pesar de que ser una información evidente, el titular verbo-visual le otorga un <<plus>> discursivo en cuanto a <<velocidad cognitiva>>.
- La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: En este sentido, el titular que contiene la función de texto verbo-visual en conjunción con la imagen, crean una suerte de <<interés>> cognitivo debido a esa posibilidad de impacto apoyado en la creatividad discursiva. Por consiguiente, todas esas características hacen que

se genere una <<pasión escópica>> y que por tanto, se proceda a la lectura de los demás enunciados.

12.- Interacción

- El marco y foco: En cuanto al titular, dado que es una frase, <<A S/. 100 por cabeza>>, se puede realizar la siguiente modificación en favor de una mejor observación y verificar si hay un marco y un foco propiamente dicho:<<Dirigentes de la CGTP cobran S/. 100 por cabeza para reincorporar expulsados o cesados por falta grave>>. En este sentido, se puede observar que no hay ni un foco que metaforice el predicado.

13.- Proyección

- La experiencia sobre metáforas estructurales: La portada en sí es un ejemplo de fusión conceptual, sin embargo en toda la estructura se establece un agente ganador y un perdedor, en este caso bajo el dominio meta <<Toda discusión de una guerra>>, el vencido es el actante criticado, es decir el gremio de la CGTP; y el ganador es el enunciador, quien es el que maneja los elementos discursivos los cuales le atribuyen al actante principal mediante las proposiciones argumentativas que es el sindicato que no vela por la buena imagen ética de sus miembros y de que aquéllos no son simplemente rumores. Una de estas proposiciones se basa en la manifestación de otro actante que tiene valor institucional como es <<la Defensoría del Pueblo>>.

14.- Fusión Conceptual:

- Red de integración dedoble nivel: Bajo la estructura icónica de un billete de S/. 100 (soles), se implanta el valor económico, el cual adquiere fuerza cognitiva en cuanto al hecho de su utilización en el discurso, primer dominio input. Por consiguiente, la el otro dominio input es el concepto de lo que significa el sindicato de la CGTP; el tercer input es el mismo espacio cognitivo que comparten ambos dominios: el valor económico del billete, y el cuarto input es la proyección del resultado de esa relación analógica con las proposiciones argumentativas, la misma que se

interpretaría de la siguiente forma: <<.La CGTP cobra S/. 100 (soles) por reincorporar a personas con conductas vandálicas y que incluso han sido cesados por falta grave>>.

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- Catacresis en la metonimia: El titular verbo-visual <<A S/. 100 por cabeza>>, constituye un ejemplo de catacresis en la metonimia, puesto que se sustituye el sema <<persona>> por el sema <<cabeza>>. En este sentido, la proyección de cada sema es distinto; es decir en el discurso, no se refiere a que se cobra <<literalmente>> por la cabeza de cada miembro sino que se cobra en función al concepto de persona humana en su totalidad, dado que éste tiene el poder de decisión de <<pagar o no pagar>>.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- El color rojo es un **símbolo/signo/metáfora**: El titular que hace la función de texto verbo-visual está escrito en el color rojo, el cual simboliza, en este caso, <<atención, importancia>>. El mismo color aparece contenido en el subtítulo superior, el mismo también adquiere un lenguaje de llamativo, éste último indica también una suerte de forma metalingüística dado que se señala información más detallada que el enunciado mayor, el titular.

Luego también se observa el uso del color negro en la parte del texto inferior, que es en donde reside la mayor información importante pero que está contenido en ese color oscuro para otorgar contraste con el fondo claro; o también puede que indique <<luto>> en referencia a ese hecho noticioso.

17.- Metáfora y humor

Literalidad y humorismo: En el discurso, lo que se resalta es un poco el carácter literal del titular verbo-visual en relación con su imagen, es decir por la forma en que la estructura lingüística está trabajada y que luego se asemeja a la imagen, establece una suerte de

<<humorismo>>. En ese sentido, lo que se produce es un sentimiento entre una realidad literal y una realidad metafórica, las cuales se esclarecen mediante la concatenación de los demás modelos cognitivos escritos en los enunciados.

18.-El Stadium y el punctum: En cuanto al *studium*, éste sería la proyección del titular verbo-visual en conjunción con la imagen dado que <<la CGTP está cobrando S/. 100 por cabeza>>, hecho que causa impresión y produce <<pasión escópica>> para leer todo el artículo. En cuanto al *punctum*, éste sería establecer el por qué <<cobran esa cantidad>>, <<por qué, la CGTP ha caído en la corrupción>>; por tanto el escenario cognitivo de estas relaciones entre preguntas y la pasión escópica que la curiosidad produce, ayudan a profundizar las lecturas de las proposiciones y ponen como *punctum* más práctico al índice metalingüístico <<PAG. 4>>, en vista de que puede que ahí hallen las respuestas a las preguntas del por qué.

19.- Metáforas visuales

Metáfora contextual e híbrida: En cuanto al discurso en general del enunciado, hay una metáfora contextual porque se refiere a un entorno social y político de atribución de responsabilidad por falta de ética en las funciones de la CGTP, esto evidencia la corrupción que atañe a ese gremio; en cuanto a la metáfora híbrida, ésta se apoya en la construcción discursiva de la fusión conceptual, la misma que ofrece elementos híbridos como si el billete cobrara el mismo movimiento de los miembros de la CGTP, es decir en actitud conflictiva, de <<huelga>> o <<protesta>>. Por consiguiente, el billete mismo pareciera que estuviese con esa actitud; o en su defecto pareciera también que se han creado billetes de S/. 100 exclusivos para los momentos de <<huelga>> o de <<protesta>> del sindicato de la CGTP.

MAÑANA PERÚ21 TE REGALA FIGURITAS DEL ÁLBUM INTENSAMENTE

Perú 21
www.peru21.pe
VALOR LEO S/. 0,70

PATEA LA 'GRATI'

EJECUTIVO QUIERE EXONERACIÓN SOLO PARA 2015

Presidente Humala observa y devuelve proyecto al Congreso.
PÁG. 2

Menores cobraron S/500 por asesinato
PÁG. 16

CRIMEN DE VIGILANTES EN SCL

ANTES HUBO BRONCA EN CONSEJO DIRECTIVO
Congreso desafora a Alejandro Yovera PÁG. 5

COPA AMÉRICA CHILE 2015
Argentina le ganó una guerra a Uruguay

'Kun' GARRA

TINKA HOY Miércoles S/. 6'900,000
Juega a Milonario

7

7955 813 00002

@Peru21pe

1.- Contexto: La portada establece un contexto de atribución de responsabilidad de forma directa al Jefe de Estado, Ollanta Humala; por tanto, a través de su titular, <<Patea la ‘grati’¹⁵>>, se contempla un modelo cognitivo de fusión de estructuras, de manera que hace que el discurso sea más dinámico y se aminore la seriedad de la carga política para llevarlo un poco más hacia <<el humor>>. Por consiguiente, más allá de que el actante principal sea el Presidente de la República, el ambiente no sólo alude a un tema político y de atribución, sino que dentro de ella se observa también una lectura de conflicto. En este sentido, es necesario indicar que todo el discurso noticioso yace entre Palacio de Gobierno y el Congreso de la República, de ahí el subtítular pequeño tipografiado en letras negras, <<Presidente Humala observa y devuelve la ley al Congreso>>.

A manera de contextualizar más la noticia, es necesario explicar que detrás de esta ley, ya había intereses políticos creados. Por tanto, es preciso señalar que el proyecto que ya había sido aprobado por el Congreso, el cual era apoyado por el partido de oposición, sostenía que dicha ley de exoneración de la ‘grati’ debería ser de carácter <<permanente>>; sin embargo, el ejecutivo objeta y Humala solicita al Congreso reflexionar sobre ello, dado que según instituciones como el MEF, Ministerio de Economía y Finanzas, considera que es una medida <<anticonstitucional>>. De ahí que, el Ejecutivo plantea que la exoneración sea sólo para los meses de julio y diciembre del 2015, así lo refiere el subtítular inferior en letras mayúsculas contenidas en color blanco.

Entonces, lo que Humala <<patea>> es la ‘grati’ permanente, de esta manera, el enunciador le <<atribuye>> toda la responsabilidad de una forma poco objetiva, ya que no <<coloca>> enunciados que contengan aquéllos factores¹⁶ políticos económico que el MEF señala, tales como la disminución de los ingresos en el Sistema Nacional de Pensiones (SNP), el de Fondo de Pensiones Privados, entre otros.

¹⁵ Es una replana peruana que equivale a ‘paga’ dentro del contexto español. En este sentido con esta ley, lo que se desea es que se quiten los aranceles de la ‘grati’ para que el ciudadano obtenga casi la totalidad de su dinero tanto en julio y en diciembre.

¹⁶ La contraparte de esa disposición es que los menos favorecidos y los jubilados salen perjudicados dado que se merma el dinero destinado a ESSALUD (seguridad social) y al fondo de pensiones privados y del estado: http://elcomercio.pe/economia/peru/conoce-porque-ejecutivo-observo-descuentos-gratificaciones-noticia-1819227?ref=flujo_tags_18760&ft=nota_31&e=titulo

Por consiguiente, el objetivo del medio es obviar estos elementos importantes que están dentro del contexto noticioso para generar atribución de responsabilidad dentro de un medio que ya abarcaba componentes conflictivos, en este sentido la construcción del titular se entiende como <<alarmista>> por estar contenido en color rojo, y de cuya forma parece un <<sello>>de agua, como si fuera <<una orden>>. Por tanto la forma oblicua del mismo agregado al color y el significado lingüístico, le otorgan al titular <<Patea la 'grati'>>, un lenguaje semiótico de incriminación política.

2.- Discurso: A través del enunciado general, se constituye dos escenarios cognitivos diferentes: la primera es la imagen referente a una situación donde el Presidente Humala está pateando una pelota de fútbol; y la segunda es lo que dice el bloque textual, <<Patea la 'grati'>>, de tal manera que lo que hace esta fusión de conceptos produce es plasmar mentalmente que el actante principal <<lance o pateee>> la <<ley de exoneración de la 'grati'>> al Congreso de la República, para que lo vuelvan a estudiar. Un ejemplo de metáfora de Fusión Conceptual, que une el contenido de un contexto político sobre leyes y una escena de fútbol.

De esta forma, se crea un discurso ameno, fresco, espontáneo pero cuyo contenido denota un tema bastante serio, como es el dinero de la población peruana económicamente activa con respecto a su gratificación de forma permanente, perteneciente a los meses de julio y diciembre.

En este sentido, el titular que yace en color rojo fija una relación directa metalingüística a través del ícono que aparece en el bloque textual superior en cuyo enunciado está en letras negras, a modo de luto, <<Presidente Humala observa y devuelve ley al Congreso>>, es decir, la ley aprobada sobre exoneración de 'grati' permanente <<acaba de fenecer>> mediante esa actitud de <<patear tal decreto>>. En ella yace un índice, la <<Pág. 2>>, en la cual remite, tal vez, a un escenario donde se establece la razón de esa decisión del Presidente Humala de replantear el decreto. En cuanto, al bloque inferior que se apoya en letras mayúsculas y en color blanco, <<Ejecutivo quiere exoneración sólo para el 2015>>.

connota una forma discursiva de <<respiro>>y al mismo tiempo, se entiende el mismo como un elemento de <<solución>>.

En relación a la construcción gramatical, observamos que tales enunciados, los cuales son constatativos, contienen también un alto grado de *performatividad expositiva* indirecta, al aplicar los ejercicios propios en este punto, en el caso del titular, se puede realizar las siguientes modificaciones(en vez de sujeto tácito se agrega el sujeto activo),<<Afirmo que el Presidente Humalapate la ‘*grati*’>>; en cuanto al bloque superior, <<Afirmo que Presidente Humala observa y devuelve proyecto al Congreso>>; en relación al enunciado inferior, <<Advierto que Ejecutivo quiere exoneración sólo para 2015>>. Por tanto, como se puede observar, la portada contiene elementos *performativos expositivos* de alguna forma, más <<directos>> que en anteriores portadas puesto que no ha sido tan necesario realizar varias modificaciones gramaticales para la demostración de esta característica en este apartado.

En este sentido, el objetivo del medio es plantear y también advertir, de manera espontánea y humorística, que la exoneración de la ‘*grati*’ <<ya no sea permanente>> debido a la decisión de Humala, -quien aparece como único actante principal activo-, decisión que es respaldada en conjunción con el ejecutivo. Por tanto, es una lectura que no propone más elementos discursivos que los <<oficiales>>, es decir sólo se lee el mensaje de Palacio de Gobierno y de la plataforma ejecutiva, y no hay manifestaciones que se apoyen en enunciados que provengan de otras instituciones relacionadas, ya sean del estado o privadas, dado que es un tema de suma importancia y que la opinión pública debe conocer todas las razones del por qué esta ley sobre la exoneración de la ‘*grati*’, la cual había sido aprobada anteriormente, y que se busca que ya no sea permanente.

3.- Acción:Las ideologías implícitas de los enunciados marcan conflicto, por tanto hay un desacuerdo en el discurso entre los que quieren que la ley de exoneración de la ‘*grati*’ sea permanente, entre ellos el partido de oposición y una parte de la población; y los que sólo quieren que sea temporal, tal como lo manifiesta el ejecutivo, para <<sólo julio y diciembre del 2015>>, junto con ellos están el partido oficialista, así como diversos organismos

estatales que aluden que es una <<ley anticonstitucional>> porque se quebraría el Sistema Nacional del Fondo de Pensiones y el Sistema de Salud de la Seguridad Social, entre otros.

4.- Identidad/Pertenencia: La portada constituye dos plataformas en una, cuyo resultado discursivo es una lectura de fusión de conceptos en la que se revela por medio de un juego como es <<patear la pelota>>, el real discurso: <<Patear la exoneración permanente de la 'grati'>>. Por tanto, el enunciador le <<atribuye>> esa responsabilidad al Presidente de la República de una forma lexicalizada (entre humor y sarcasmo), en donde se puede observar también una especie de conflicto ideológico entre el enunciador y el ejecutivo, así se indica en el subtítulo inferior, <<Ejecutivo quiere exoneración sólo para el 2015>>. No obstante, se ignoran otros elementos importantes que yacen de manera implícita en relación a esa colisión de modelos mentales como son los grupos políticos de oposición al gobierno y el grupo oficialista; e instituciones que indiquen que dicha ley es anticonstitucional, como es el caso del MEF, Ministerio de Economía y Finanzas. En este sentido, no se construye más componentes discursivos para que se deduzca el motivo principal de por qué Humala <<patea la 'grati'>>. Por consiguiente, el enunciador señala un solo modelo unidireccional dado que se lee mediante la ideología más resaltante, una suerte de contrarrestar el <<<abuso de poder>> del jefe de estado por cuestionar una ley que ya había sido aprobada por el Congreso.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): En esta portada se establece un modelo de situación política, en la cual se le atribuye responsabilidad directa al jefe de estado a través de la metáfora de fusión conceptual: <<Patear la 'pelota' por patear la 'grati'>>. Por tanto, hay velocidad cognitiva en la frase clave <<Patea la 'grati'>> en conjunción con la yuxtaposición de los modelos mentales pertenecientes a la memoria semántica -la imagen del Presidente Humala pateando la pelota- y el modelo episódico -la noticia de modelo situacional, el de <<patear o devolver>> el proyecto de exoneración de la 'grati' al Congreso.

6.- Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): En este punto, esta noticia de memoria episódica, al poseer un tema político muy particular

como es el tema de la ‘*grati*’ puede generar confusión a un público que no es el peruano, ya que esa palabra clave que contiene velocidad cognitiva, sólo es conocida dentro de ese modelo contextual. Por consiguiente, se establece una rápida relación mediante la metáfora de fusión conceptual lo que <<se patea o se devuelve>> como proyecto de ley, pero no queda claro el concepto referente de lo que se devuelve, en este caso la palabra ‘*grati*’, jerga desconocida fuera del ámbito del Perú. En este sentido, este tipo de modelo contextual comprende más un tipo de memoria de situación episódica que semántica.

7.- Modelos parciales: La noticia constituye un mensaje claro de atribución de responsabilidad al Presidente Ollanta Humala pero no ofrece más elementos discursivos de la razón en relación a la construcción de ese titular, <<Patea la ‘*grati*’>>. Por tanto, el discurso es más bien poco objetivo dado que no ofrece enunciados más explicativos y deja muchos componentes discursivos en el aire. De esta forma, el enunciador produce modelos mentales parciales a través de la ideología de crítica política hacia el actante principal de su discurso, objeto de la lexicalización.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): Este tipo de discurso es preciso analizar dos características discursivas importantes, la primera es el juego de estructuras entre los modelos semánticos y episódicos; y la segunda observación es que dentro del modelo episódico, la frase clave de <<patear la ‘*grati*’>>, la cual contiene mucha información metafórica contextual, es entendible para el público peruano y en ese sentido sí se produce una retroalimentación propiamente dicha. No obstante, para el lector extranjero, puede que la frase clave en la retroalimentación no les genere el mismo efecto de rapidez cognitiva. Por consiguiente, se establece que existe un proceso de *feedback* más directo y claro dentro del contexto peruano pero en cuanto a la recepción de la noticia ante la mirada del extranjero, esta forma de retroalimentación tiene que pasar por una pre-contextualización de la noticia a priori.

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad tal

vez de ‘necesidad’ en la construcción del titular verbo-visual, <<Patea la ‘grati’>>, para llamar la atención o ser más impactante, el cual, en unión con la estructura visual, puede ocasionar una suerte de pasión escópica, de querer <<seguir con la lectura>> de los más bloques textuales y lo que contiene en el índice <<Pág. 2>>.

- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, el predicado que más se acerca a un significado de descripción de los actores sociales recae sobre el subtítular inferior, <<...exoneración sólo para el 2015>>.
- La lexicalización aparece en el titular verbo-visual <<Patea la ‘grati’>>y en los subtítulos superior e inferior: <<Presidente Humala observa y devuelve proyecto al Congreso>> y <<Ejecutivo quiere exoneración sólo para 2015>>, respectivamente.
- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: En el discurso se establecen dos tipos de rol semánticos: la actitud del Presidente Humala y el deseo del Ejecutivo. Por tanto, el enunciador se apoya mediante el enfoque de crítica para atribuirles responsabilidades mediante los enunciados superior e inferior, recayendo más la carga semiótica en contra del jefe de Estado a través del titular verbo-visual lexicalizado, <<Patea la ‘grati’>>.
- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta clase de portadas, hallamos una perspectiva de semántica discursiva (lexicalización) de crítica en cuanto a la construcción de elementos de atribución de responsabilidad hacia el Presidente Humala, ya que a pesar de que hay hechos conflictivos en el entorno político de esta ley, no se aprecia ningún bloque o enunciado que se lean como figuras enfrentadas.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: Entre el titular y el ícono existe un alto grado de analogía cognitiva por ser una metáfora de fusión de conceptual propiamente dicha; por tanto mediante esa proyección estructural hay mimesis, el cual es un medio de velocidad cognitiva a través de la frase clave, que es el propio encabezado principal, <<Patea la 'grati'>>, por consiguiente es una lectura redundante.
- Retórica: Toda la portada abarca una estructura discursiva perteneciente a *pathos* ya que maneja elementos que apelan a la emoción, tales como la metáfora de fusión conceptual, enlaces entre modelos episódicos y semánticos a través de una frase clave que contiene una *replana*:<<Patea la 'grati'>> y en cuanto a los enunciados lingüísticos éstos son la construcción gramatical a priori de ese titular pero no contiene más elementos informativos:<< Presidente Humala observa y devuelve el proyecto al Congreso>> y <<Ejecutivo quiere exoneración sólo para 2015>> son los argumentos retóricos del titular verbo-visual. En ese sentido, se puede observar que la caratula informativa contiene un discurso argumentativo *epidíctico* porque de una forma literal, no sólo le atribuye responsabilidad al Presidente Humala sino que también lo <<condenan>>, -aunque de una forma más sutil-, ya que se establece que es él quien decide <<patear la 'grati'>> para que la <<observen>> en el Congreso.

11.- Expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: De acuerdo a esta teoría, en esta portada hay complemento y redundancia cognitiva al mismo tiempo. Por un lado, en el caso del titular, por ser un enunciado con alto contenido de analogía cognitiva con el ícono mostrado, se entiende que hay redundancia en su lectura, sin embargo también funcionan como complemento en el plano más general, ya que la replana 'grati', solo es entendible dentro de modelos mentales episódicos contextuales pero no en modelos mentales más semánticos y que por

tanto, se hace necesario más componentes referentes de ese concepto '*grati*'. Por consiguiente, lo que puede significar como frase de 'velocidad cognitiva' dentro del modelo contextual, para los que pertenecen a este modelo, puede generar <<confusión>> para otros.

- La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: En este sentido, el titular que contiene la función de texto verbo-visual en conjunción con la imagen, representan una metáfora de proyección estructural, de fusión conceptual, por tanto hay una suerte de espontaneidad y frescura en la lectura que le merman la seriedad de la noticia, la cual puede ocasionar una <<pasión escópica>> y que por tanto, se proceda a la lectura del artículo entero por medio del índice que está contenido en el subtitular superior, <<Pág. 2>>.

12.- Interacción

- El marco y foco: Para una mejor demostración aplicativa, el titular que contiene un sujeto tácito, le agregaremos el sujeto que le pertenece a este discurso, <<Humala pateala '*grati*'>>, por tanto, más allá de que en el marco exista una '*replana*', observamos que el foco que metaforiza el predicado es el verbo <<patear>>, dado que se produce una perspectiva de modelo mental diferente a lo constituye la acción de <<patear>> en su nivel semántico. Por tanto, <<patear>> en este discurso constituye, <<devolver>>, como producto de una <<'observación'>>, así lo menciona en el subtitular superior, <<Presidente Humala 'observa' y devuelve el proyecto al Congreso>>. Por consiguiente, hay interacción entre el marco y el foco dentro del titular. En los demás enunciados no se evidencian características similares dentro de este punto.

13.- Proyección

- La experiencia sobre metáforas estructurales: La portada en sí no contiene metáforas estructurales marcadas, dado que el discurso es un claro ejemplo de

metáfora de fusión conceptual pero es necesario indicar que su eje metafórico también es estructural y por tanto analógico, tal y como los dicen los estudiosos, Mark Turner y Gilles Fauconnier, que pertenecen al siguiente punto a analizar.

14.- Fusión Conceptual:

- Redes de integración conceptual: Bajo la estructura icónica de un juego de fútbol, se percibe el primer dominio de entrada en donde el Presidente Humala está pateando una pelota en un estado de <<felicidad>>; en el otro dominio yace la estructura lingüística del titular <<Patea la 'grati'>>, -la cual es un enunciado de metáfora de interacción y en cuyo predicado se apoya en la metáfora de la palabra 'grati'-; el espacio genérico lo constituye el campo de juego en relación al campo legislativo, en donde <<se devuelve> una ley aprobada dentro del referente del Congreso de la República, lugar en el cual se sobreentiende es donde se discuten y dictaminan las leyes. Por consiguiente, en la fusión hay una proyección de espacios mixtos en la que se establece que el Presidente está <<pateando>> la 'grati' al arco del Congreso. En este sentido no se está proyectando hacia una analogía de tipo racional entre un campo y otro, sino que se establece la integración de una acción diferente a otra, entre el movimiento de <<patear la pelota>> y el de <<devolver la ley de exoneración de la 'grati'>>. Una vez que se termina el acto mental de la fusión, lo relevante del discurso emerge como noticia, <<El Presidente observa la ley exoneración de la 'grati' permanente y la devuelve al Congreso para que sólo sea temporal>>, así como lo señala el legislativo, para los meses de julio y diciembre del 2015. Como se puede observar, estas proposiciones se extraen de los demás enunciados lingüísticos y del referente discursivo de hechos anteriores que yacen de manera implícita en la noticia actual.

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- Metáfora dentro de la contigüidad metonímica: Dentro del titular verbo-visual <<Patea la 'grati'>>, nos encontramos con una jerga o replana que viene a sustituir

la palabra <<gratificación>>, la cual significa <<paga>> en el contexto español. Por consiguiente, la jerga ‘grati’ reemplaza a la palabra más completa ‘gratificación’, con lo cual constituye un proceso metafórico. Por otro lado, en la expresión que yace como titular, no se puede <<patear la gratificación>>, en este sentido hay una especie de contigüidad en la metonimia, puesto que hay un cambio referencial en el proceso semántico de la expresión en relación a todo el discurso de la noticia, con lo cual se entendería de la siguiente forma: <<Se devuelve la ley de gratificación permanente al Congreso>>.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- El color rojo es un **símbolo/signo/metáfora**: El titular que hace la función de texto verbo-visual escrito en el color rojo, con bordes blancos, indica <<atención, importancia>> pero al mismo tiempo también establece una suerte de *anti-discurso* dado que tales colores son propios de la bandera peruana y que la ‘grati’ se suele realizar durante el mes de julio, el mes de la patria, y en diciembre por navidad. En ese sentido, dentro del titular verbo-visual, se puede leer entre líneas que dicho dictamen constituye también una suerte de <<premio consuelo>> para no provocar ofuscamiento en la población en general, dado que era ya una ley que ya estaba aprobada con carácter permanente y que se desea que sólo sea temporal.
- Por otro lado, existe también una retroalimentación metalingüística entre los colores utilizados dentro del discurso. Por consiguiente, el titular verbo visual, <<Patea la ‘grati’>> que contienen los colores rojo y el blanco como borde, mantiene una relación directa con el icono que yace en color rojo y que sale como un apartado del subtitular en color negro, <<Presidente Humala observa y devuelve proyecto al Congreso>>, una lectura discursiva a modo de luto.

17.- Metáfora y humor

- **Ironía y humorismo**: En el discurso, lo que se resalta es que mediante la metáfora de fusión conceptual, se produce una suerte de <<ironía>> dentro un humorismo cognitivo, dado que mediante la proyección estructural y unión de espacios mixtos,

se genera una expresión externa del humor. En este sentido, se puede observar al Presidente en el plano icónico en un estado de felicidad pateando una pelota, mientras que el mensaje del enunciado lingüístico no es merecedor de ninguna forma de felicidad, porque merma económicamente la ilusión de que la ‘*grati*’ sea liberada de impuestos de forma permanente, con lo cual a partir del 2016, la ‘*grati*’ podría volver a su condición de objeto de descuentos.

18.-El Stadium y el punctum: En cuanto al *studium*, éste sería la metáfora de fusión conceptual propiamente dicha, ya que mediante la unión de estos espacios mixtos se enfoca de manera sutil y espontánea la atribución de responsabilidad del Presidente Humala por haber <<devuelto>> una ley que ya estaba aprobada por el Congreso. Por tanto, a él se le inculpa de forma discursiva, que la exoneración de la gratificación permanente pueda ser modificada al estado temporal. En este sentido, la construcción de este tipo de metáfora se debe a una intención por parte del enunciador, de alguna manera <<satírica>>; mientras que en el *punctum*, según como lo establece Barthes, éste no debe ser intencional sino todo lo contrario, ya que éste debe ser aquello que punza o que hierde de forma natural. Por consiguiente, el *punctum* más cercano es lo que no está escrito en el discurso pero que se sobrentiende a través de la relación metalingüística entre el titular y los subtitulares. Por tanto, <<Patea la ‘*grati*’>>, <<Presidente Humala observa y devuelve proyecto al Congreso>>, así como <<Ejecutivo quiere exoneración sólo para el 2015>>, remiten a un escenario de las noticias anteriores que son referente para un mejor entendimiento de la misma. La ley que en un principio ya estaba aprobada por la mayoría, el Ministerio de Economía y Finanzas (MEF) señala que es anticonstitucional dado que sin los impuestos a las gratificaciones, “generará efectos nocivos sobre la protección de la seguridad social en perjuicio de toda la población. De esta manera, se afectará tanto el nivel de las pensiones en el Sistema Privado de Pensiones (SPP), así como la sostenibilidad financiera en el Sistema Nacional de Pensiones (SNP) y de Essalud”¹⁷. Por tanto, políticamente existe un motivo principal por el cual el Jefe de Estado, <<debe patear la ‘*grati*’>>; sin embargo, mediante

¹⁷ http://www.mef.gob.pe/index.php?option=com_content&view=article&id=3947%3Aexoneracion-permanente-a-gratificaciones-perjudica-sistemas-previsionales-y-de-seguridad-social&catid=100%3Anotas-de-prensa-y-comunicados&Itemid=100148&lang=es

las redes sociales, la población manifiesta su malestar dado que sostienen que <<Essalud>>seguirá con la misma atención deficiente, al margen que muchos trabajadores no la usan porque prefieren pagar un seguro privado más rápido y efectivo. En este sentido, sea cual sea el recurso retórico político o técnico, los perjudicados siempre serán los más pobres porque tendrán una atención más deficiente de lo que ya es Essalud, sin mencionar los problemas sobre las pensiones. El *punctum* entonces son los conflictos¹⁸ marcados por las constantes diversas de siempre: el dinero, las clases sociales, el populismo y el poder.

19.- Metáforas visuales

Metáfora contextual: Además de la imagen del propio Presidente peruano, Ollanta Humala pateando una pelota; el enunciado principal se refiere también a un modelo de metáfora contextual porque se basa en la expresión del titular verbo-visual, <<Patea la ‘*grati*’>>. En ese sentido, se hace uso de la re plana ‘*grati*’, la cual sustituye a la palabra <<gratificación>>, que en el contexto español significa <<paga>>.

¹⁸ <http://elcomercio.pe/economia/peru/gratificaciones-sin-descuentos-medida-populista-base-tecnica-noticia-1810268>

2.- INTERÉS HUMANO

2.1.-Titular: 'Qué buena teta'

Fecha: 15 de febrero del 2009



1.- Contexto: La portada establece una estructura de triunfo construida a través de dos plataformas, en la que un escenario remite a otro y al mismo tiempo se entrelazan cognitivamente. Por consiguiente, la caratula informativa representa un contexto cultural en el que el resultado final es el éxito pero de cuyo vehículo discursivo ha tenido como protagonista el drama de una historia muy particular que viene a ser, la película peruana, 'La teta asustada', la cual está inmersa dentro de la plataforma general que es el Festival de cine de <<la Berdinala>> en Alemania. Por tanto es un modelo de situación cultural donde se producen espacios mixtos de <<lo europeo>> y lo <<peruano>> en el cual participan **cinco actantes**. Los tres primeros se representan a través de la imagen de <<**Claudia Llosa y la actriz amateur, Magaly Solier**>>, el tercero es el actante más importante del discurso, motivo del cual se produce la noticia, *el film* <<**La teta asustada**>>. El cuarto actante es también sustancial puesto que es mediante éste que se simboliza el éxito de la película, <<**El oso de Oro**>>. De todo este discurso se extrae el quinto actante que aparece de forma tácita, <<**el jurado**>>, dado que sin ellos, la película peruana no hubiese sido elegida por ellos como la mejor de todas dentro del concurso. Por tanto, mediante esta deducción, los cuatro actantes son pasivos porque se les describe pero aparecen dentro de la historia de la primera plataforma, mientras que el quinto actante es también pasivo pero actúa de forma implícita porque no aparece en el discurso de forma lingüística.

En un primer plano, el titular << ¡Qué buena teta!>>, parece confuso pero se puede prestar a relacionarlo con el tema de la película en vista del contexto informativo, o también relacionarlo con algún incidente incomodo durante el contexto de la premiación. En ese sentido, se crea referentes mentales; no obstante el desconcierto que pueda causar dicha situación, se disipa con la lectura de los demás subtítulos: <<Claudia Llosa y Magaly Solier hicieron historia>> y <<Película peruana, 'La teta asustada' ganó el Oso de oro del prestigioso festival cine de Berlín>>. Es en este último subtítulo es donde se disipa cualquier duda en relación al título de la portada. Por consiguiente, éste funciona como índice lingüístico del subtítulo superior y éste como el índice de la película de la película ganadora, <<La teta asustada>>.

Desde el punto de vista del diario, lo que se sugiere es una noticia que busca sorprender al lector y hace un juego de estructura de dos campos asociativos que desemboca en una situación de expectativa, el cual está muy estrechamente relacionado con la metáfora cognitiva del humor.

Aunque este contexto hace significar un ambiente de victoria y celebridad, esta misma situación encierra otro contexto adherido: el de la película, <<La teta asustada>>. En la cinta, la directora narra el sufrimiento de las mujeres campesinas atacadas sexualmente por los militares y terroristas durante la guerra interna en los Andes. Una de las víctimas es la madre de Fausta, y es ella quien tiene <<la enfermedad de la leche del dolor>>. Debido a esta enfermedad, Fausta -interpretado por Magaly Solier- no tiene alma. Luego de la muerte de su progenitora, ella se ve envuelta en un trauma psicológico y, a pesar de que la guerra ya ha acabado, ella se protegerá de los hombres- tal y como le contó su madre- poniéndose una patata en la vagina, ya que así lo hacían algunas mujeres para protegerse de las violaciones mientras duraba la guerra interna.

2.- Discurso: A través del enunciado general, se establece una estructura de éxito, que es la lectura más rápida pero que contiene un discurso humano de reflexión de forma tácita, en cuanto a los hechos explicados anteriormente. La acción discursiva del titular, << ¡Qué buena teta! >> es una frase exclamatoria que significa alegría porque la cinta <<La teta asustada>> ha obtenido el premio mayor que es el <<‘Oso de oro’>>, en <<la Berdinale>>. Por tanto, más allá de unir dos campos asociativos y generar otra estructura cognitiva como es la humorística, también se produce un ahorro en la significación de la acción por ser de carácter directo.

En cuanto a los subtítulos, el bloque superior derecho, <<Claudia Llosa y Magaly Solier hicieron historia>>, actúa como una suerte de co-índice del titular porque remite a las dos primeras actantes partícipes inmediatas del discurso, pero el que establece la huella directa es el subtítulo de tipografía más pequeña porque yace en él la información más completa, <<Película peruana, ‘La teta asustada’ ganó el Oso de Oro del prestigioso Festival de Cine de Berlín>>, y al mismo tiempo éste es también el índice de la representación mental de la

película ganadora, <<La teta asustada>>.

3.- Acción: En la estructura semántica de la noticia, hay un acuerdo entre las partes a través del compañerismo entre las actantes, Claudia Llosa y Magaly Solier, dado que forman las piezas más sustanciales en la presentación del discurso, la directora de la película y la actriz protagonista, respectivamente. En ese sentido, el jurado quien es el actante tácito porque no aparece en el discurso, también tiene un acuerdo importante, puesto que los jueces de esa competencia, le adjudican a la película como la mejor en el Festival. Por tanto, el acuerdo más importante en el discurso se constituye a través de estos tres actantes, el binomio <<Llosa y Solier>>, y el jurado calificador.

4.- Identidad/Pertenencia: El discurso narrativo de la portada comprende dos escenarios: el primero es el más general, <<la Berdinale>>, y de cuyos actantes directos que implican pertenencia a ese espacio es el jurado; el otro escenario es la película peruana, <<La teta asustada>>, y de cuyos actantes directos de pertenencia son la directora Claudia Llosa y la actriz principal, Magaly Solier. En este sentido, el enfoque noticioso contiene una sola ideología que es la del éxito a través del drama. Por tanto, la película es exitosa porque, a pesar de referirse a ese otro escenario alejado del público europeo, incluye temas generales como la injusticia, el abuso de poder, creencias injustificadas, dolor y sufrimiento dentro de contextos conflictivos y violentos como son las guerras civiles, donde las víctimas más directas son las mujeres y los niños. En cuanto a la dupla <<Llosa-Solier>> pertenecen al grupo de los actantes de la película, la primera a nivel exterior en relación con la película y la otra, a nivel interior en relación con la misma. Por su parte, <<el Oso de Oro>> es el otro actante que simboliza el triunfo en la Berdinale y que pertenece a una suerte de vínculo mixto que fusiona al festival europeo con la película peruana y sus actantes.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): En esta portada se establece una fusión de contextos dentro de un modelo situacional más universal que es del Festival de Cine de la Berdinale, el cual es un escenario cultural, y que debido a su estructura de presentación de las películas concursantes (modelo semántico), para el caso de este discurso noticioso, se remite a otro

escenario que es el del peruano (modelo situacional más específico). Por tanto, en el momento en que la película peruana gana el certamen, el proceso del cual constituye la ceremonia de premiación propone elementos de comunicación de grado emocional muy alto, en ese sentido, el modelo situacional general abraza el modelo situacional específico que puede ser interpretado como <<'La teta asustada' gana en la Berdinale>>.

6.-Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): En este punto, al ser una noticia que abarca dos diferentes modelos episódicos, el europeo y el peruano, y por pertenecer la información al contexto peruano dentro de una estructura semántica de triunfo, el contenido noticioso tiende a lexicalizarse en función a un tipo de lenguaje más eufórico. De ahí el titular creativo, <<Qué buena teta>>. Por tanto, mediante esta frase lexicalizada se establece también una perspectiva y punto de vista de <<orgullo por lo nacional>>. De esta forma, los modelos situacionales o episódicos, son el referente en la construcción de un discurso, por un lado más general, -así lo demuestran las proposiciones de los subtítulos-, y por otro, un lado más concreto como es la creatividad en la fabricación del titular, el cual comprende lo que significa para el enunciador una plataforma de <<felicidad y congratulación>>.

7.- Modelos parciales: Puede que mediante los modelos episódicos, los modelos de hecho y contextuales, el lector se forme la idea de que la película, al ser atribuida como la mejor en el Festival de la <<Berdinale>>, el *film* o las actantes que forman parte de la película sean <<endiosadas>>, precisamente por ideologías expuestas en las proposiciones y que como tal pueden ser mal percibidas o decodificadas por el lector, así lo establece la ideología que se manifiesta en el subtítulo principal, <<Claudia Llosa y Magaly Solier hicieron historia>>. Esto puede suponer que el binomio de actantes <<Llosa-Solier>>, son una especie de *elementos iconoclastas porque rompen con la maldición* de que <<una película peruana nunca había ganado nada>>.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): Este tipo de noticia encierra más el concepto de memoria episódica por remitirse a un modelo mental y contextual con alto grado de peruanidad. Sin embargo,

esta misma portada también se relaciona con la memoria semántica dado que ofrece el discurso socio-cognitivo de éxito y felicidad al habersele otorgado la categoría como la mejor película en el certamen internacional prestigioso de <<La Berdinale>>, y que por tanto puede hacer recordar a cualquier receptor ajeno a la noticia, de una información parecida o simplemente intuir de qué trata el titular.

El discurso en este tipo de noticia ofrece, más allá de la proyección humorística que ofrece el titular, propone una tensión cognitiva en él ya que invita al receptor hacia entradas de recordación de si han visto o no la ceremonia o algún artículo sobre esa película peruana; al mismo tiempo constituye un aspecto de curiosidad por querer <<ver>> la película. De igual forma, es un discurso dirigido a un público evidentemente peruano dentro de dos contextos o espacios de convivencia: el de los espacios culturales y de gente relacionada con el mundo del cine; y de los espacios más regionales que comparten la misma cosmovisión andina de <<la leche del dolor>>.

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad tal vez de ‘necesidad’ en la construcción del titular, <<Qué buena teta>> para llamar la atención o ser más impactante, el cual representa una puerta cognitiva hacia el humor.
- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, el predicado que más se acerca a un significado de descripción de los actores sociales recae en el subtítulo superior: <<Claudia Llosa y Magaly Solier *hicieron historia*>>

- La lexicalización aparece en el titular <<Qué buena teta>>, en el bloque superior <<...hicieron historia>>, y en el bloque inferior << ...del prestigioso Festival del cine de Berlín>>.
- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: Toda la estructura semántica establece una lectura de éxito y felicidad. Por tanto, los roles semánticos dentro del discurso lo constituyen los cinco actantes antes descritos, de los cuales los primeros cuatro aparecen dentro de las proposiciones de argumento, dos de ellos que conforman el binomio <<Llosa-Solier>>que aparecen de forma icónica y en la parte lingüística, ya que debido a su trabajo se les atribuye el éxito; mientras que los otros son el resultado de ese trabajo, la película <<La teta asustada>> y el premio que simboliza su triunfo, <<El oso de Oro>>. En cuanto al quinto actante, que es el jurado, éste no aparece en la construcción lingüística pero se sobrentiende su participación mediante el rol metafórico que implica el escenario de la <<Berdinale>>.
- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta clase de portadas encontramos una perspectiva de semántica discursiva (lexicalización) por ser la noticia de un perfil eufórico, de felicidad y de orgullo nacional. En este sentido, los puntos de opinión se traslucen a través del titular, que es el punto más alto de esa significación y luego mediante las proposiciones argumentales en los bloques informativos.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: En cuanto a una mimesis propiamente dicha entre la imagen y el titular no hay un claro resultado, puesto que el titular parece confuso debido a su construcción metafórica que contiene dos espacios fusionados, sin embargo, el grado de analogía crece en cuanto se observa la interacción mimética entre la estructura icónica y la lingüística y es ahí donde se produce una proyección analógica como un todo.

- Retórica: El titular representa un contenido altamente metafórico debido a que rompe moldes en cuanto a la estructura de un mensaje lineal. Por tanto, contiene una alta calidad de lexicalización porque fusiona dos espacios cognitivos y que tiene como resultado una fuerza retórica en el humor, con lo cual se apela a la afectividad utilizando recursos retóricos de *pathos*, en este caso de metáforas de fusión conceptual.

11.- Expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: De acuerdo a esta teoría, en esta portada, sí existe la unicidad entre el titular y la imagen como complemento, puesto que son ambos trabajan como elementos referenciales uno del otro. Por tanto, si se quitase el titular ambiguo y quedase sólo la imagen con un titular más literal, entonces la noticia no causaría el mismo impacto creativo ni tampoco sería humorística. Y si fuese a la manera inversa, el titular funcionaría más como un titular verbo-visual causaría impacto visual pero sin proyección porque carecería el plano referencial de la imagen, el cual lo transporte mentalmente hacia un escenario.
- La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: En este sentido, el titular contiene la función de texto verbo-visual que unido a la imagen hace que se genere el escenario de lo que se dice en las proposiciones discursivas de la portada en general, con lo cual se produce una pasión escópica por saber más detalles de la noticia.
- El espacio sinóptico: En vista de que el titular se acerca mucho a lo que es un texto verbo-visual porque genera conceptos y une diferentes escenarios asociativos que de alguna manera son confusos y tienden al humor, existe un plano multidimensional entre líneas y que debido a esa impresión, la siguiente lectura visual será el bloque superior informativo, luego la imagen y de ahí el bloque inferior de donde nace la información en sí.

12.- Interacción

- El marco y foco: Por la naturaleza de la construcción del titular no hay un marco ni un foco propiamente dicho. Si se cambiara la frase a una oración más literal sin perder la esencia de su significado, tampoco se produciría un foco metafórico en sí: <<La película, 'La teta asustada' ganó el 'oso de Oro'>>. No obstante, en cuanto al subtítular superior, sí se produce esta interacción, <<Claudia Llosa y Magaly Solier hicieron historia>>, el marco es el sujeto primario y *el foco metaforizado* el sujeto secundario.

13.- Proyección

- En este apartado no hay proposiciones que encierren este campo metafórico de forma sustancial. Por tanto, no son susceptibles de ser analizadas.

14.- Fusión Conceptual:

- Red de integración a través de redes de doble nivel: Existe en el titular. <<Qué buena teta>> dos dominios de entrada, la primera axiológica y de valor positivo; la segunda, es el nombre de una película. Estos dos dominios que difieren en cuanto a su procedencia lingüística -dado que el primero es una estructura léxica y el segundo es semántico- se fusionan en un espacio mixto mental de significación en el cual se transfiere una analogía oculta, cuyo resultado en el espacio de fusión, es una frase de *semántica discursiva*, <<Qué buenateta>>, que en el plano literal quiere decir, <<Qué buena película, 'La teta asustada'>>.

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- Ni el titular ni en los bloques informativos son susceptibles a ser analizados en este ítem.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- El color rojo es un **símbolo/signo/metáfora**: El titular, <<Qué buena teta>>, que de por sí ya es metafórico es dos veces esa naturaleza, porque lo contiene un color que por su comprensión simbólica – además de su forma lingüística que le sirve de ante

sala cognitiva al subtitular superior- le dice al receptor que siga <<la lectura hacia el bloque superior>>, por tanto el titular tiene la función de índice lingüístico con respecto al subtitular superior, donde <<Claudia Llosa y Magaly Solier hicieron historia>> pero que sin el color rojo <<esa llamada de atención>> no sería inmediata.

17.- Metáfora y humor

- La risa *bisociativa* de Kostler y los malos entendidos de William Hazlitt: El titular representa contenido humorístico de manera evidente: dos ideas provenientes de matrices diferentes que desembocan en una sola idea, como dice la teoría del humor de Koestler y al mismo tiempo se manifiesta el resultado de los malos entendidos que índice Hazlitt ya que existe ahí un principio de ambigüedad y contraste.

18.- **El Stadium y el punctum:** En cuanto al *studium*, éste compartiría con el *punctum*, el título ambiguo, <<Qué buena teta>>, sólo que con diferentes escenarios remitentes. En decir, el *studium* significaría la curiosidad de <<‘ver’ la película>>, es una conjunción del <<impacto cognitivo y la mirada escópica>>. En ese sentido se podría deducir la siguiente deducción: <<si ha sido premiada con el ‘Oso de oro’, entonces es buena>>; en cuanto al *punctum*, lo que hiera o lastima es lo que está detrás de ese título que tiene que ver con la fotografía trabajada a *photoshop* que yace en la portada, la cual remite al escenario *real* específico que es <<la Berdinale>>, que traspasa el discurso narrativo de la portada noticiosa, y se establece de formas más directa la conexión de esas dos plataformas, la del éxito a través del sufrimiento y el drama: <https://www.youtube.com/watch?v=3IBVliU6xJw>

19.- Metáforas visuales

Metáfora contextual: En cuanto al discurso en general del enunciado, se refiere a dos tipos de contexto, <<la ceremonia de la Berdinale>> y <<la película peruana, ‘La teta asustada’>>, en la que <<lo peruano>> prevalece por el enfoque en el titular ambiguo y humorístico, por el binomio de actantes peruanas con el ‘Oso de Oro’, que simboliza la conquista de algo, es decir <<la victoria a través del sufrimiento>>. Por tanto, es una metáfora contextual en la que <<lo peruano>> prevalece.

2.2.-Titular: 'Alma, corazón y Kina

Fecha: 06 de diciembre del 2009



1.- Contexto: La portada constituye una estructura semiológica deportiva, en cuyo elemento discursivo principal es el triunfo. La actante protagonista es la boxeadora peruana, KinaMalpartida, quien sale como vencedora tras haber disputado la pelea con <<corazón>>, palabra metonímica que forma parte del encabezado noticioso, la cual remite a una estructura musical como es la canción criolla, <<Alma, corazón y vida>>, del grupo criollo 'Los Panchos'.

En este sentido, se pueden observar como dos conceptos de sistemas diferentes se unen perfectamente para elevar el elemento discursivo del éxito y al mismo tiempo indicar de manera indirecta que el camino para alcanzar el triunfo no ha sido fácil. Por consiguiente, más allá del resultado final, existen otras características abstractas en la lectura tales como el valor de la perseverancia y que a pesar de lo adverso de las circunstancias, ésta tiene sus frutos. Esta deducción cobra mayor fuerza en la composición lingüística del subtitular, <<KinaMalpartida retuvo su título mundial en dramática pelea>>, debido que ella antes de la contienda era campeona mundial en la categoría de peso súper pluma. De ahí que le haya puesto <<corazón>> para <<retener su título>>. Por tanto, mediante esa deducción semiológica, la imagen también connota sufrimiento, lucha y constancia, elementos discursivos icónicos que sirven para empatizar con el lector.

Por consiguiente, el punto de vista del medio es recalcar estos lenguajes discursivos a manera de ejemplo y también a manera de <<orgullo>>, es por ese motivo la fusión de carga emocional con la canción criolla <<Alma, corazón y vida>>.

2.- Discurso: A través de este tipo de discurso, el significado que se lee mediante las plataformas icónicas y lingüísticas son elementos de lucha ante la adversidad y al mismo tiempo de <<peruanidad>>. Por tanto, las formas discursivas en las que la imagen noticiosa se apoyan, yacen en los bloques lingüísticos, tanto en el titular, <<Alma, corazón y Kina>>, en el subtitular superior, <<KinaMalpartida retuvo su título en dramática pelea>>, y en el bloque inferior de letras pequeñas contenidas en color blanco, <<'Dinamita' se repuso ante una caída y ganó por decisión unánime a la inglesa LindseyScragg en Los Ángeles. Todo el Perú celebra>>.

En este sentido, este último punto lingüístico señala con más fuerza el lenguaje discursivo de <<lucha>> ante la adversidad y en donde se deja hasta el <<alma>>, y es aquí también, de donde se extrae fácilmente la razón del titular principal.

Por tanto, la noticia ofrece una lectura semiótica cargada de peruanidad, no sólo porque describe un ambiente deportivo en donde la representante peruana ‘Dinamita’ gana el torneo, sino también debido a que el enunciador acumula más elementos peruanos que son simbólicos y que hacen significar más la algarabía por el triunfo. Estos elementos son la bandera peruana, y la canción criolla, <<Alma, vida y corazón>>, la misma que se fusiona con el titular, <<Alma, Kina y corazón>>, plataforma que instaura elementos metalingüísticos, que pueden ser catalogados como *sinestésico* ya que la lectura se convierte también en un elemento musical.

En cuanto al área gramatical, el titular contiene de manera ilícita componentes *enunciativos constatativos*, por consiguiente <<Alma, corazón y Kina>> se convierte para efectos del caso en <<Kina le puso alma y corazón en dramática pelea por conservar su título de campeona>>. De aquí se puede derivar también en componentes *performativos indirectos* a través del siguiente ejercicio: <<**Afirmoque**Kina le puso alma y corazón en dramática pelea por conservar su título de campeona>>.

En cuanto a los demás bloques lingüísticos, encontramos también enunciados *constatativos más concretos* dado que así figura en la portada, <<KinaMalpartida retuvo su título mundial en dramática pelea>>; y éste a su vez contiene *dosisde performatividad expositiva pero de forma implícita*, <<**Afirmoque**KinaMalpartida retuvo su título mundial en dramática pelea>>. En relación al enunciado inferior de letras más pequeñas, éste se puede dividir de la siguiente forma y establecer lo *constatativo* y *performativo expositivo*: <<**Afirmo que** Dinamita se repuso ante caída y ganó por decisión unánime a la inglesa LindseyScragg en Los Ángeles>>. <<**Afirmo que** todo el Perú celebra>>.

En este sentido, dentro de tales componentes de *performatividad*, además de que abarque

propiedades expositivas, la esencia de todo el mensaje de la noticia es de carácter *ejercitativo o de decreto*, puesto que <<proclama o consagra>> la <<superación>> de la actante principal dado que <<se repuso ante caída y ganó por decisión unánime>>, así lo refleja en los dos bloques lingüísticos inferiores, tanto el principal como lo sub-principal. Por tanto, contiene dos formas de *performatividad*, el primero más indirecto y concierne a los bloques lingüísticos como es el *expositivo*; y el segundo más general en relación a todo el bloque tanto lingüístico como el icónico que viene a ser *ejercitativo*.

En este sentido, el objetivo del diario es <<ensalzar>> con valores éticos muy enraizados a la superación personal y constituirlo como ejemplo de lucha y de constancia ante la adversidad, una lectura que se puede entender casi como un símbolo nacional en el deporte a través del ejemplo de la actante principal *KinaMalpartida*.

3.- Acción.- Por los hechos ocurridos, en la estructura semántica hay un desacuerdo evidente y concreto entre KinaMalpartida y su contrincante LindseyScragg, puesto que de esa contienda en la que se pelea por el título de boxeo en la categoría de <<súper pluma>>, se establece que la ganadora es Kina. En cuanto a un lenguaje más general, hay un acuerdo semi-estructurado entre el enunciador y la actante principal, dado que la actante principal <<no sólo ha ganado la competición>> sino que además se resalta <<su perseverancia ante la caída que tuvo>>, ya que si no se hubiese repuesto de ese impase, Kina tal vez, no hubiese ganado la disputa. Por consiguiente, existe un acuerdo tácito de <<elogio>> por parte del enunciador, y un acuerdo de <<gratitud>> por parte de la actante principal porque ella misma así lo reconoce, circunstancia que aparece en el vídeo¹⁹ en el cual se trasmite toda la contienda deportiva. Por tanto, ella agradece el apoyo de su equipo de entrenamiento y también el de todos <<los peruanos>>. En este sentido, los acuerdos generales son de elogio, admiración, algarabía y gratitud, el cual contiene el desacuerdo de <<rivales>>, donde una actante vence a la otra.

4.- Identidad/Pertenencia: El discurso narrativo de la portada comprende un solo

¹⁹<https://www.youtube.com/watch?v=zL3Oyevsd0I>

escenario: el del éxito de la actante principal, la boxeadora peruana KinaMalpartida, sobre su rival británica, LindseyScragg, competencia que se realiza en la ciudad de 'Los Ángeles' y de cuyo proceso se lee también el mantenimiento del título mundial de esa categoría peso <<súper pluma>>.

Esta lectura, a pesar de contener elementos ideológicos de éxito, está también una estructura que sólo se lee a través del bloque lingüístico principal y del enunciado inferior de letras más pequeñas. <<KinaMalpartida retuvo su título mundial en dramática pelea>> y <<Dinamita se repuso ante una caída y gana por decisión unánime a la inglesa LindseyScragg en Los Ángeles>>.

Por consiguiente, la portada establece una estructura general de éxito y otra de sufrimiento y tal vez de angustia, tras esa caída. Estas ideologías de lucha y constancia de seguir el sueño de <<mantener el título mundial de súper pluma>> por parte de KinaMalpartida, la hacen ser partícipe de un simbolismo guerrero, casi igual que la de un militar cuando gana una batalla en un difícil combate por la patria. Por tanto, son ideologías muy marcadas que enarbolan el significado de un sentimiento patriótico, el cual queda claro por la composición de las formas de lecturas en donde la fusión entre los hechos y lo que significa el título de esa canción criolla, contiene un valor especial más allá de los símbolos de la bandera peruana y el cinturón <<ganador>>.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): En esta portada se establece una fusión de conceptos que es el de la canción criolla<<<Alma, corazón y vida>> y el de la contienda de box internacional en la que Kina vence a Lindsey, ambas rivales deportistas que representan al Perú y al Reino Unido respectivamente. Por consiguiente, este tipo de noticias constituye un hecho concreto de símbolo nacional pero que ofrece lecturas muy generales como es la pelea de box de la cual sale un ganador peruano, en este caso Kina.

6.-Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): En este punto, se podría decir que el modelo contextual que pertenece al Perú no es directo,

puesto que la pelea se realiza en Estados Unidos. Por tanto, el modelo contextual es internacional el cual comprende símbolos peruanos, como es la actante principal, Kina y que al ser la ganadora de la pelea yace la bandera peruana y el otro símbolo internacional, el cinturón de campeona. Por tanto, es un hecho que forma parte de la memoria episódica pero que está dentro de modelos semánticos generales como es la contienda de box para definir la campeona mundial de peso <<súper pluma>>.

7.- Modelos parciales: Para el lector peruano, esta lectura le puede satisfacer a grandes rasgos. Sin embargo, también se puede establecer otro tipo de lectura como <<injusta>> por parte del lector británico que reside en el país andino, puesto que la pelea ha estado muy pareja y cualquiera podría haber resultado ganadora. Por tanto, los modelos semánticos varían de acuerdo al grupo de pertenencia o también de acuerdo a las ideologías.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): Este tipo de noticia encierra más el concepto de memoria semántica pero con una acentuación episódica dado que el ganador de ese modelo universal como es la contienda de box internacional, es la peruana KinaMalpartida y desde ese enfoque el diario peruano le pone la dosis de peruanidad a través de la canción criolla <<Alma, corazón y vida>>. Por tanto, para el lector peruano es una lectura de fácil acceso y espontaneidad, no obstante para el lector ajeno al contexto peruano puede que no ese formato no tenga la misma lectura, aun así, se produce una retroalimentación entre estos dos tipos de memoria puesto que el que sostiene la lectura principal la realiza el modelo semántico del concurso internacional de Boxeo y que debido a la foto de la portada se entiende que el ganador de esa contienda tiene la nacionalidad peruana dado que más allá de la canción que yace dentro de la fusión en el titular, está también la bandera peruana.

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad tal vez de ‘necesidad’ en la construcción del titular, <<Alma, corazón y Kina>> para otorgar musicalidad a un hecho de triunfo peruano deportivo.
- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, el predicado que más se acerca a un significado de descripción de los actores sociales recae en el subtítular superior: <<KinaMalpartida retuvo su título mundial en *dramática pelea*>>, y <<Dinamita *se repuso ante caída* y gana por decisión unánime>>.
- La lexicalización aparece en el titular <<Alma, corazón y Kina>>. Y en los bloques superiores e inferiores: <<...retuvo su título mundial...>>, <<...se repuso ante caída...>>, << gana por decisión unánime>> y <<Todo el Perú lo celebra>>.
- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: Toda la estructura semántica establece una lectura de éxito y felicidad. Por tanto, los roles semánticos dentro del discurso lo constituyen la actante principal KinaMalpartida y con ella todo su equipo de entrenamiento y el público peruano en general. El otro rol semántico perdedor lo constituye la británica LindseyScragg que sólo aparece mediante el bloque lingüístico inferior.
- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta clase de portadas encontramos una perspectiva de semántica discursiva (lexicalización) por ser la noticia de un perfil eufórico, de felicidad y de orgullo nacional. En este sentido, los puntos de opinión se traslucen a través del titular, que es el punto más alto de esa significación y luego mediante las proposiciones argumentales en los bloques informativos.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: En cuanto a una mimesis propiamente dicha entre la imagen y el titular hay una construcción metafórica puesto que en el titular se sobrentiende que la actante principal dejó su corazón y su alma en esa contienda y que no le fue fácil retener el título de campeona mundial en su categoría. Por tanto, el titular establece una suerte de analogía en relación a la imagen.
- Retórica: El titular representa un contenido altamente metafórico debido a que rompe moldes en cuanto a la estructura de un mensaje lineal. Por tanto, contiene una alta calidad de lexicalización porque fusiona dos espacios cognitivos, el de la canción criolla, <<Alma, corazón y vida>> y el hecho de que la actante principal, KinaMalpartida, haya dejado su alma y corazón en esa contienda de la cual resultó vencedora. Por tanto hay una fuerza retórica en el discurso porque se apela a la afectividad utilizando recursos retóricos de *pathos*, en este caso de metáforas de fusión conceptual.

11.- Expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: De acuerdo a esta teoría, en esta portada, sí existe la unicidad entre el titular y la imagen como complemento, puesto que ambos trabajan como elementos referenciales uno del otro. En el caso del titular dado que es en este punto donde se constituye la fusión de conceptos, éste funciona como un titular verbo-visual.
- La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: Debido al significado que encierra el titular y de cuya función hace de texto verbo-visual, no sólo se produce una proyección hacia ese escenario de éxito sino también se refleja lo difícil que fue esa contienda. Por consiguiente, según las proposiciones discursivas se puede generar una pasión escópica, por cuanto se necesita conocer más detalles de esa pelea que tiene nivel internacional y de la cual sale ganadora una peruana, la actante

principal de este discurso, Kina, nombre que se reemplaza con la palabra <<vida>> de la canción criolla mencionada antes

12.- Interacción

- El marco y foco: Por la naturaleza de la construcción del titular no hay un marco ni un foco propiamente dicho. Cambiaremos la frase del titular sin perder la esencia de su significado, para intentar establecer un marco y un foco: <<KinaMalpartida le puso alma, corazón y vida en la pelea de box por conservar su título de campeona ante la británica LindseyScragg>>. Aun realizando estos cambios tampoco se puede observar ningún marco ni foco.

13.- Proyección

- En este apartado debido a su naturaleza metafórica, sí se produce proyección pero es un tipo de proyección estructural con marcos de fusión conceptual, puesto que en <<Alma, corazón y Kina>> ya no sólo contiene el hecho de que Kina sea la protagonista de la noticia sino que este mismo concepto se proyecta hacia la canción criolla <<Alma, corazón y vida>>: https://www.youtube.com/watch?v=y-QZg_VUeSg

14.- Fusión Conceptual:

- Red de integración a través de redes de doble nivel: Existe en el titular. <<Alma, corazón y Kina>> dos dominios de entrada, un espacio genérico y la fusión que es la razón de este encabezamiento. La primera remite a la canción criolla <<Alma, corazón y vida>> del trío peruano ‘Los Panchos’; la segunda proyección le pertenece a la persona de *KinaMalpartida*; la tercera estructura viene a ser la imagen principal de la portada, la cual se subdivide en dos circunstancias, a priori y a posteriori, como es el escenario de pelea internacional entre la peruana *KinaMalpartida* y la inglesa LindseyScragg; y el cuarto espacio que es en donde se establece la fusión conceptual, el nuevo escenario cognitivo: <<Alma, corazón y Kina>>, que no sólo significa que Kina ganó la contienda porque también así lo

establece la imagen, sino que además ella lo dio todo, hasta el punto de entregar su corazón, su alma y su *vida*.

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- La catacrexis en la metonimia: La palabra corazón en este caso, tanto desde el punto de vista de la canción criolla, como desde el lado de proyección de la noticia, la palabra <<corazón>> quiere decir <<sentimiento>> y no necesariamente el órgano del corazón del ser humano.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- El color rojo es un **símbolo/signo/metáfora**: En este caso, ni en el titular, ni los bloques lingüísticos hay metáfora en el color rojo puesto que dentro de la imagen yace el color rojo de la bandera peruana.
- El color blanco como complemento del color rojo: La utilización de este color le otorga un respiro a la bandera que contiene el color rojo.

17.- Metáfora y humor

- El humorismo de Julio Cásares: el titular <<Alma, corazón y *Kina*>> es la expresión externa del humor, dado que yace en él, creatividad y proyección analógica al relacionar la palabra *Kina* con *vida* y que la razón de esa fusión es la felicidad y el éxito simbolizados a través de la actante principal, quien por poner su alma, corazón y vida fue que conservó su título de campeona mundial en su categoría de peso súper pluma.

18.- **El Stadium y el punctum**: El *studium*, está en el titular <<Alma, corazón y *Kina*>> porque ayuda a establecer de manera armoniosa las relaciones entre el significado de la canción <<Alma, corazón y vida>> con el trasfondo de la noticia de que *Kina* haya conservado su título mundial tras <<dramática pelea>> como dice en el subtítulo principal. En relación al *punctum*, lo que hiera o lastima podría estar en el significado que hay entre la relación del titular donde yace la fusión conceptual y los subtítulos superiores e inferiores en letras pequeñas: <<Alma,

corazón y Kina>>, <<KinaMalpartida retuvo su título mundial en dramática pelea>>, y <<Dinamita se repuso a una caída y ganó por decisión unánime>>; puesto que encierra todo lo que tuvo que pasar la actante principal para salir airosa de esa pelea. Por consiguiente, el *punctum* ayuda a dibujar esa situación a priori de su triunfo que yace en la portada.

19.- Metáforas visuales

Metáfora contextual: En cuanto al discurso en general del enunciado, se refiere a un contexto dentro de otro. Por un lado, el escenario universal como es la pelea internacional entre la peruana KinaMalpartida y la británica LindseyScragg celebrado en Los Ángeles, y por otro, los hechos de triunfo de la actante peruana sobre la inglesa. Por tanto, este último cuadro remite al contexto peruano de forma directa, a través de la sonrisa de Kina, del símbolo de su bandera, mediante su gente que la rodea, además de sus compatriotas, tal y como lo dice en el enunciado final: <<...Todo el Perú lo celebra>>.

HOY EL OTORONGO
COMO BUCO, DUSIVAME BLEN
E HONCA COMO NINGUNO

COMISIÓN DE DEFENSA
Investigarán el traslado de
14 mil armas a cuartel PÁG. 6

LA SALSA ESTÁ DE DUELO
Fallece Cheo Feliciano
en accidente PÁG. 24

Perú 21
VIERNES 19 DE ABRIL
2014
www.peru21.pe
DIRECTOR GENERAL
EDUARDO GARRIDO

GABRIEL GARCÍA MÁRQUEZ
1927-2014

“Muchos años después, frente al pelotón de fusilamiento, el coronel Aureliano Buendía había de recordar aquella tarde remota en que su padre lo llevó a conocer el hielo”. Porque las estirpes condenadas a cien años de soledad no tienen una segunda oportunidad sobre la tierra. “Uno no es de ninguna parte mientras no tenga un muerto bajo la tierra”. El día que las 5:30 de la mañana para esperar el buque en el que uno vivió, sino que lo que recuerda, y por lo que se aprende”. “Se sintió puro, explícito, inventado”. “La memoria del corazón elimina los malos recuerdos, magnifica los buenos, y gracias al artificio, logra sobrellevar el pasado.” Porque las estirpes condenadas a cien años de soledad...

TUAP UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
DUEO
Dirección: Universidad de San Carlos y DUEO

ESTUDIA: TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA en nuestra MODALIDAD VIRTUAL
Inscripciones en línea en los próximos días en la plataforma virtual de la universidad.

Escuela de Administración
20 DE ABRIL
Inscripciones en línea en los próximos días en la plataforma virtual de la universidad.

Los días 144, San Isidro, 422-1808
info@unap.edu.pe
www.unap.edu.pe

1.- Contexto: La portada constituye una estructura de perfil a la memoria de Gabriel García Márquez y eso se evidencia en el titular que lleva su nombre donde contiene el año de su nacimiento y luego de su fallecimiento. Dentro de ese intervalo de tiempo, el cual representa un índice discursivo puesto que remite hacia el imaginario de la vida del autor, yacen no sólo su inmenso aporte a la literatura hispanoamericana y universal sino también todos los detalles de su vida, más allá de sus escritos. Se sabe que desde muy pequeño tuvo inclinaciones a la literatura, que estudio Derecho y Periodismo y que su primera obra, ‘La Hojarasca’, la publicó a los 28 años; se sabe también que tenía simpatía con Fidel Castro, que formó parte del boom latinoamericano junto con Julio Cortázar, Mario Vargas Llosa entre otros. Dentro de sus obras importantes figuran también, ‘El coronel no tiene quien la escriba’, ‘La mamá grande’, ‘Crónicas y reportajes’, ‘Del amor y otros demonios’, ‘Noticia de un secuestro’, ‘Vivir para contarlo’, ‘Memoria de mis putas tristes’; entre tantos. Precisamente, el fondo de la ropa del actante principal, constituye una suerte de espacio sinóptico dado que se puede interpretar como una plataforma de lápida literaria, la misma que trasluce una existencia apasionada por la escritura, la misma que trabaja como una suerte también de índice ya que lo escrito pertenece al libro que yace sobre su cabeza, ‘100 años de soledad’, su obra más importante y de la cual obtuvo el premio nobel en 1982. La imagen que acompaña a los componentes verbo-visuales, es una foto que emite simpatía, como si hubiese estado cansado de los libros y por ende se lo pone encima de su cabeza, no tanto para que se relaje él sino para que descansa el libro, ésta es una forma de interpretar su autenticidad, la cual se podía observar no sólo en sus formas más espontáneas sino también a través de su técnica narrativa del realismo mágico, punto en el cual se vuelve de forma discursiva a la novela <<100 años de soledad>>, dado que también puede significar como el segundo actante principal, según el discurso.

Por consiguiente, el punto de vista del medio es llevar al público lector una especie de resumen de su vida de forma simbólica, dentro de una imagen simpática y que al mismo tiempo emite nostalgia en vista de que acaba de fenecer, de ahí la utilización de los colores negro, blanco y gris como referente estructural que se contrapone con los colores más

vistosos de su libro que figura sobre él.

2.- Discurso: El titular que está contenido en color rojo, denota la importancia de su nombre. A través de este tipo de discurso, el significado que se lee mediante las plataforma icónica y lingüística es de luto, nostalgia y al mismo tiempo de simpatía. Por tanto mediante esta conjunción de estructuras se pretende rendirle culto a la memoria de quien fue uno de los personajes más importantes en la literatura hispanoamericana. Por consiguiente, el fondo de su vestimenta contiene la tipografía de una máquina de escribir en color blanco, que se contrasta con el fondo de color negro de la portada en general. El contenido escrito pertenece al libro que yace sobre su cabeza, el mismo que lo catapultó a la fama, ‘100 años de soledad’.

En este sentido, hay una correlación no sólo lingüística por la forma sino también metalingüística por el significado de las estructuras. Se entiende entonces, que su obra ‘100 años de soledad’ ha debido ser escrita a máquina dado que en ese entonces (1982), no era muy común el uso de los ordenadores.

En cuanto a la parte gramatical, mediante los *enunciados constatativos que se deberá creado* la naturaleza del titular, existe una *performatividad expositiva indirecta* al igual que en las anteriores portadas, por tanto dado que el titular sólo contiene el nombre del autor, se procede al siguiente ejercicio gramatical: <<**Afirmo que** Gabriel García Márquez vivió entre los años 1927 hasta el 2014>>.

Por tanto mediante estos enunciados específicos se observa que hay una forma de *performatividad expositiva indirecta*; sin embargo, a nivel general discursivo se observa también un enunciado performativo de tipo expositivo dado que el enunciador enuncia la importancia de su vida literaria al describir mediante argumentos verbo-visuales y metalingüísticos su genialidad, la cual se manifiesta a modo de resumen en su obra, <<100 años de soledad>>, y he aquí el punto del vista del enunciador.

3.- Acción: Dado que hay una sola plataforma discursiva, la cual contiene un mensaje

lineal y de cuyo tema es un hecho nostálgico como es la muerte de un literato de la talla de Gabriel García Márquez, no hay desacuerdos, no hay enfrentamientos de ideologías, toda la estructura está de luto, por tanto sólo hay <<silencio discursivo>> en el cual se eleva la memoria de ‘Gabo’, a través de una de sus obras más representativas con la que ganó el premio nobel de literatura <<100 años de soledad>>.

4.- Identidad/Pertenencia: El discurso narrativo de la portada comprende un solo escenario: la muerte de ‘Gabo’, y por tanto, según este discurso, éste dos formas de ideologías, las cuales se puede entender de la siguiente manera: lo primero a través de sus libros, el cual connota pasión por escribir y también un estilo de vida; y lo otro a través de su simpatía, la cual también connota su espíritu bohemio y sus posturas de izquierdas.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): En esta portada se establece un modelo situacional acerca de la muerte de Gabriel García Márquez, el cual remite también a un modelo semántico por la forma del discurso: el titular y las fechas de nacimiento y de su fallecimiento, a modo de lápida discursiva con el fondo negro.

6.-Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): En este punto, dado que sus obras han sido objeto de referencia en las aulas escolares en el país, el autor colombiano, más allá de ser reconocido del lugar de origen, también es universal y por tanto, también peruano y latinoamericano e hispanoamericano. En ese sentido, el modelo contextual sigue siendo el mismo y por tanto las idiosincrasias son parecidas, entonces desde este punto de vista, se entrelazan la memoria episódica, el hecho de la muerte del escritor, con la memoria semántica, porque la noticia es más allá de ser contextual, también es universal.

7.- Modelos parciales: En este tipo de noticias, existe un <<acuerdo en el silencio>>, porque se rinde homenaje a su memoria a través de su obra más representativa, ‘100 años de soledad’, por lo tanto no hay modelos parciales. .

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): Este tipo de noticia, en virtud a lo explicado anteriormente, por lo que representa el actante principal, así como por la estructura del discurso, es evidente la retroalimentación entre los modelos episódicos y semánticos. La portada es una lectura de luto, desde el titular donde yace su nombre y los años de su existencia (modelo semántico) hasta la imagen que denota su pasión por escribir, que no es más que la retroalimentación más específica entre una parte de esa imagen a modo de texto visual y la fotografía: todo el texto verbo-visual le pertenece al libro que está sobre su cabeza, ‘100 años de soledad’.

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad tal vez de ‘necesidad’ en la construcción del titular, <<Gabriel García Márquez 1927-2014>>.
- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, no hay una característica semejante.
- La lexicalización no aparece en este tipo de portadas.
- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: Toda la estructura semántica establece una lectura de luto no sólo por el contenido de la noticia sino también por la utilización de los colores sobrios, por tanto el rol semántico del actante se establece a través de sus recuerdos, de todo lo vivido entre los años 1927-2014. En este sentido, no hay un rol semántico actual sino <<el que acaba de pasar debido a su partida >>, sin embargo el rol semántico actual se observa mediante su obra más representativa, ‘100 años de soledad’.

- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta clase de portadas encontramos una perspectiva de semántica discursiva nostálgica debido al tema de la muerte del escritor colombiano, Por tanto, el punto de opinión se resume en rendirle culto a su memoria de dos formas: mediante el titular a modo de lápida, en donde se establece el índice de los años vividos 1927-2014, el cual yace en color blanco y que actúa también como índice metalingüístico de la imagen en donde figura a modo de texto verbo-visual, el contenido de su obra ‘100 años de soledad’.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: En este tipo de portada hay una forma de proyección que connota <<tristeza por la partida del escritor Gabriel García Márquez>>, en este caso existe una suerte de mimesis o analogía entre el titular y la imagen establecida que se interpreta mediante la forma y el fondo, una especie de pena, por su partida y admiración, por lo que deja mediante por su obra literaria. No obstante, la imagen depende del titular para ofrecer el mensaje completo.
- Retórica: Debido a que el actante principal y al tema de la portada, es que sin recurrir a muchos elementos afectivos, se entiende de por sí que lo que se está leyendo es la muerte de Gabriel García Márquez y que por tanto, dicha noticia produce un efecto emocional de pesar en el público lector. No obstante, se apela a elementos afectivos a través de su obra máxima, ‘100 años de soledad’, dado que se entiende que a pesar de su muerte, este legado literario quedará. (*pathos*).

11.- Expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: De acuerdo a esta teoría, en esta portada, sí existe la unicidad entre el titular y la imagen como complemento, puesto que ambos trabajan como elementos referenciales uno del otro: <<Gabriel García Márquez 1927-2014>> y la imagen, Gabriel García Márquez con su obra de ‘100 años de soledad’ sobre la cabeza.
- La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: La mirada compulsiva se produce simplemente por el tema de la noticia. Más allá de la composición del

discurso, -en donde se le rinde homenaje a su legado, el cual toma como símbolo a su obra con que alcanzó el premio nobel de la literatura, ‘100 años de soledad’-, la información se convierte en mediática y por tanto, la forma del discurso simplemente es un complemento.

12.- Interacción

- El marco y foco: Por la naturaleza de la construcción del titular no hay un marco ni un foco propiamente dicho. En este sentido, además del mensaje sobrio en su totalidad, y aunque se intentara modificar un poco la estructura del titular en relación al fondo de la noticia, tampoco se podría obtener mayores posibilidades de hallar un marco y un foco.

13.- Proyección

- En este apartado debido a su naturaleza metafórica, se produce una forma proyección ontológica, puesto que según el discurso icónico, su obra máxima ‘100 años de soledad’, contiene al escritor recientemente fallecido debido a que aparece sobre su cabeza; por tanto el recipiente es el libro que contiene a Gabriel García Márquez, el mismo que contiene sus ideas y parte de su vida, de donde se inspiró para crear el <<realismo mágico>> en el cual terminó de construir a su personaje principal ‘Macondo’. No obstante, según el relato discursivo de la imagen, García Márquez aparece también como recipiente de la parte textual de su libro, el cual está escrito en color blanco y que tiene relación metalingüística con el índice donde yace el intervalo de tiempo de su vida, 1927-2014.

14.- Fusión Conceptual:

- Red de integración a través de redes de único nivel: Legado para la eternidad, ‘100 años de Soledad’: Gabriel García Márquez (1927-2014)

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- Dada la naturaleza de esta noticia, no existe ninguna característica que se relacione con este ítem.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- El color rojo es un **símbolo/signo/metáfora** Parte del titular donde sólo sale el nombre está tipografiado en color rojo, <<Gabriel García Márquez...>>, en este caso, se utiliza para connotar, importancia al significado de nombre y rendirle culto a su memoria.
- **El uso del color negro, gris y blanco:** Este tipo de portadas revela una retroalimentación entre los colores que connotan luto, pena, tristeza y pureza. Por consiguiente, el fondo en la cual está establecido el discurso significa luto el cual se contrapone con el texto en color blanco que pertenece al libro que está encima de la cabeza del escritor, que no es más que su obra, ‘100 años Soledad’, en este sentido, existe una suerte de respiro frente al fondo; a su vez que también puede significar una forma de rendirle homenaje a su memoria y a su alma por medio de su obra más representativa. Este mismo texto verbo-visual de la imagen comparte el mismo color con el intervalo de años en los que vivió, por tanto esta correlación signica podría denotar también que durante todo ese tiempo, escribió obras pulcras en donde utilizó su técnica de <<realismo mágico>>, simbolizada mediante la obra que aparece sobre él.

17.- Metáfora y humor

- Dadas las circunstancias del tema, aquí no encontramos ningún elemento humorístico.

18.- El Stadium y el punctum: El *studium*, está en la retroalimentación de los colores como parte de una relación metalingüística de la portada en general. Por tanto, desde el titular más literal en conjunción con la imagen hasta la utilización de los colores negro, gris y blanco. Como primer punto, el titular contenido en color rojo, <<Gabriel García Márquez>> y en blanco, los años de su existencia, <<1927-2014>> (como segundo punto), siendo este último un índice metalingüístico de la parte textual (tercer punto), que yace

dentro de la imagen del escritor, el cual pertenece a su obra de '100 años de Soledad' (cuarto punto), En este sentido, existe todo un trabajo de comunicación efectiva, puesto que a pesar de la lectura parece sobria, es dentro de todo, una forma pura de expresar admiración y respeto alguien como 'Gabriel García Márquez'. En cuanto al *punctum*, éste se establece simplemente a través de la imagen del escritor colombiano en relación con el fondo oscuro de la portada. En este sentido, lo que quiere hiere o lastima es el propio tema en sí, que <<'Gabo'ha muerto y que ya no estará más>>. Sin embargo, mediante la mirada, todavía parece contener <<respiro>>, el cual se refleja mediante el legado de su <<realismo mágico>>.

.

19.- Metáforas visuales

Metáfora contextual: El discurso en general del enunciado, denota tristeza por la pérdida de uno de los personajes más queridos de la literatura hispanoamericana, considerado un genio de las letras por haber creado la técnica narrativa de <<realismo mágico>> y del cual es trabajado por primera vez en su obra '100 años de Soledad'. Por tanto la fotografía en conjunción con la retroalimentación de los colores son utilizados para rendirle un homenaje discursivo a su memoria. En este sentido hay una metáfora contextual por todo lo explicado, que remite hacia el mundo de las letras, no hay necesidad de más elementos discursivos salvo su nombre, <<Gabriel García Márquez (1927-2014)>>.

3.- CONFLICTO

3.1.- Fin al monopolio

Fecha de publicación: 30 de enero del 2008



1.- Contexto: La noticia significa una situación política de base eminentemente conflictiva que se equipara también a una situación socio-judicial, ya que en la portada se contraponen dos ideologías muy contrarias, <<los que desean el Monopolio>> y <<los que desean Libre Mercado>>. Por un lado, el actante dominante de la noticia, Indecopi,- el organismo regulador- y el otro actante, Lidercón, -la empresa que mantenía hasta ese momento un contrato de exclusividad-, se enfrentan al tener posturas diferentes. En cuanto a la naturaleza del mensaje, su función es bidireccional puesto que va dirigido tanto a la opinión pública en general, como al otro grupo de empresarios, que se sobrentiende, que también quieren participar en la licitación del mercado laboral. Por tanto, el tema de la noticia significa la finalización de una ideología dominante en pro de otra ideología, es decir de una mejor competitividad laboral y mejores propuestas para el público.

En este caso, el organismo regulador del grupo, ‘Indecopi’, está autorepresentado por más intervenciones, mientras que la empresa ‘Lidercón’, está representada por el grupo de resistencia mediante, una acción contestataria, que en este caso es a través de la actividad de apelación.

Desde el punto de vista del medio, la noticia sugiere una lectura de rivalidad y también de atribución de responsabilidad, ya que Indecopi, que es el organismo regulador en el estado peruano, le pone <<Fin>> a la <<exclusividad>> a la empresa privada, y por parte de esta el inicio de una pelea judicial.

2.- Discurso: Se enfatizan las cosas buenas del gobierno a través de su organismo regulador, Indecopi; así como las cosas buenas de la Municipalidad de Lima para que permitan el ingreso de otras compañías y realicen las revisiones técnicas, así lo dice en los demás subtítulos inferiores. Mientras tanto, el otro agente de la noticia, la empresa Lidercón, pone de manifiesto su postura de apelar al poder judicial para seguir en funcionamiento ‘exclusivo’, premisa de la cual también se puede deducir que tal acción no hubiese pasado si el mismo gobierno no lo hubiese permitido desde un principio, se

deslinda entonces un elemento corruptivo por parte de las autoridades competentes.

En términos semióticos, el titular principal, cuya oración es nominal <<Fin al monopolio>> -propio de los titulares de prensa-, constituye un enunciado *constantivo* porque corresponde a lo que describe en el texto de los subtitulares pero no dice nada más que tal descripción. En cuanto al subtitular, 'Indecopi falla en contra de empresa Lidercón', corresponde a una enunciación performativa *judicativo* o *veredictivo* porque emite un veredicto.

En los subtitulares inferiores, 'Municipalidad de Lima debe permitir el ingreso de otras compañías para que realicen las revisiones técnicas', es un enunciación de tipo performativo expositivo puesto que clarifican los argumentos de la acción a tomar por la Municipalidad de Lima. En la oración de este mismo bloque semántico aparece, 'Comuna apelará resolución y amenaza con llevar el caso al poder judicial', en este caso, por ser la oración compuesta, nos encontramos con un tipo de enunciado constatativo en la primera parte y en la otra un tipo de enunciado performativo comportativo por el verbo amenazar, puesto que emite una acción como resultado de las actitud de Indecopi. La última oración de este mismo bloque, es un enunciado constatativo, 'Inspecciones no serán interrumpidas'.

El mensaje contiene una macroestructura semántica de justicia, con lo cual connota un mensaje positivo en términos generales, esto se recalca por medio de su titular y subtítulo, entendiéndose un significado local y de coherencia: 'Fin al monopolio'/ Indecopi falla en contra de empresa Lidercón'.

En cuanto a su construcción gramatical, el titular principal contiene una oración nominal que sugiere una categoría imparcial en cuanto a la sintaxis de este enunciado pero que sí denota un término de una circunstancia en favor de un valor de justicia: 'Fin al monopolio'. En cuanto al subtitular principal, la estructura es doblemente dominante tanto por su forma gramatical así como el fondo de esa estructura que está en color rojo: 'Indecopi falla en contra de empresa Lidercón'. Mientras tanto, en el subtitular inferior, la estructura contiene proposiciones completas que denotan literalidad. 'Municipalidad de

Lima debe permitir el ingreso de otras compañías para que realicen las revisiones técnicas’// Comuna apelará resolución y amenaza con llevar el caso al Poder Judicial// Inspecciones no serán interrumpidas’.

Por consiguiente, procederemos a demostrar la performatividad expositiva implícita que tiene todo el bloque lingüístico, <<**Afirmo** que se ha puesto fin al monopolio>>, <<**Afirmo** que Indecopi falla en contra de empresa Lidercón>>, <<**Advierto** que Municipalidad de Lima debe permitir el ingreso de otras compañías para que realicen las revisiones técnicas>>, <<**Advierto** que Comuna apelará resolución y amenaza con llevar el caso al Poder Judicial>>, <<**Afirmo** que inspecciones no serán interrumpidas>>.

Por tanto, el objetivo discursivo es que los organismos reguladores actúan para ser el papel mediador ante una circunstancia de conflicto o de ausencia de autoridad. Por otro lado, empresas como ‘Lidercón’, tienen como objetivo permanecer en el hecho de exclusividad o permisividad de algo no establecido o ilegal. De ahí la forma de la estructura semántica cuyo mensaje respecta la objetividad pero con un titular lexicalizado que establece un <<fin>> de algo ilegal, así lo manifiesta la imagen.

3.- Acción: En la estructura semántica de la noticia, no hay una acción de acuerdo entre las partes, puesto que hay una posición de enfrentamiento, pero precisamente por ese mismo hecho, la comunicación es interactiva entre los agentes de la noticia, por tanto hay un *feedback* en la defensa de ambas partes.

4.- Identidad/Pertenencia: El enfoque noticioso contiene una ideología dominante vs el grupo dominados o de resistencia: <<Indecopi>>, el organismo regulador, que juega un papel valorativo de justicia establece un uso ideológico de igualdad entre las partes pero que al mismo tiempo domina la noticia; mientras que la empresa <<Lidercón>>, que antes tenía un uso de ideología dominante, ahora pasa al grupo de uso de ideología de resistencia.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): El modelo de representación específica es el cese a una situación de

competencia desleal e injusta por parte de la administración pública que lo permitió. Por tanto, <<Lidercón,>>, ya no es la única empresa que trabaja en ese campo y que ahora tal vez, se podría tener un mejor servicio y más barato. Los hechos particulares de esta intervención se pueden entender también como hechos evaluativos por parte del organismo de intervención <<Indecopi>>, ya que sin este elemento, no se podría obtener el resultado descrito antes como noticia. Bajo este modelo situacional, las experiencias pasadas parecidas a este tipo de noticias se unen, y forman un tipo de ideología o comportamiento social según el interés de dos enfoques: vistos desde los usuarios, una competencia justa y mejor servicio y puede que más barato; o también vistos desde la perspectiva de las empresas para acceder a un mercado más competitivo y justo sin que exista monopolios, con igualdad de oportunidades para crecer. (modelos semánticos).

6.- Modelos contextuales:El contexto noticioso en esta portada establece un discurso político-social por el enfoque establecido, en donde deja claro la preferencia por el primer actante de la noticia, que en este caso sería, el organismo de intervención ‘Indecopi’ que es el agente que pone ‘Fin al Monopolio’, el origen del título y también del subtítulo resaltado en color rojo; pero al mismo tiempo, no deja de lado las declaraciones del otro actante de la noticia, ‘Lidercón’, el cual dice que apelará resolución hasta el punto de ir al Poder judicial. Aquí se quiere dar a entender la objetividad, aunque con clara inclinación a la política de una competencia justa.

En este apartado, hay que recalcar que según el estado de ánimo, se pueden generar sentimientos hacia una postura de crítica o de anticorrupción a la administración pública, y al mismo tiempo de alegría por ser un hecho valorativo de justicia. Por tanto, las opiniones asociadas y los puntos de vistas dependerán desde la línea periodística del emisor, quién escribe la noticia por su estilo y su enfoque, hasta el tipo de noticia que informa. En el caso de esta portada, el modelo contextual es un mapa mental de la situación política y económica de cómo el estado se disculpa frente a hechos, que de alguna manera, que el propio estado permite.

7.- Modelos parciales: Este modelo es el resultado de un modelo contextual poco

trabajado, ya que según la opinión que el receptor tenga por tales hechos puede que se forme prejuicios. En el caso de esta portada, los prejuicios podrían nacer a partir de una observación más cuidadosa y que pese al efecto de atribución de responsabilidad que tiene <<Indecopi>> sobre la empresa privada, el estado también es culpable por haber permitido que <<Lidercón>> tenga exclusividad, sin ninguna justa competencia empresarial, y que por tanto, el estado siempre será culpable de esta clase de situaciones.

8.- Modelos semánticos (memoria semántica y retroalimentación): La memoria episódica sería la tipografía de los titulares y subtítulos, mientras que la semántica el orden y la distribución de la noticia; por tanto, dado que son complemento, se establece el doble vínculo cognitivo, produciéndose tensión cognitiva y rapidez mental a través del título que actúa como índice del subtítulo. Por tanto, los modelos cognitivos sociales se reflejan en ciertas acciones como es la misión y visión de las ideologías encontradas. En el caso de <<Indecopi>>, como organismo regulador, está sujeto a un criterio ideológico de justicia o cumplimiento de un mandato en favor de algo legal o en contra de algo ilegal. Por su parte, <<Lidercón>>, establece una norma

9.- Propositiones

- *Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico.* Según esta portada, la única modalidad de necesidad está expresada dentro del bloque semántico del subtítulo inferior: ‘Municipalidad de Lima debe permitir el ingreso de otras compañías para que realicen las revisiones técnicas’; ‘Comuna apelará resolución y amenaza con llevar el caso al Poder Judicial’.
- *Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: según esta portada no hay tales predicados que indiquen significados específicos de ideologías. Sin embargo, en la*

premisa 'Indecopi falla *en contrade* empresa Lidercón, la locución adverbial *en contra de*, que forma parte del predicado, indica de alguna manera un aspecto referente para averiguar el por qué de ese hecho y luego generar opinión. Una parte del por qué yace en el titular.

- Lexicalización, en cuanto al titular no hay nada lexicalizado, en cuanto al subtitular, tampoco. En cuanto al subtítulos en la parte inferior tampoco.
- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales, el primer actante de la portada es 'Indecopi', el organismo regulador y a éste se le atribuye el acto positivo por intervenir y hacer justicia frente a un hecho ilegal. El segundo actante, la empresa 'Lidercón', es al que se le atribuye el acto negativo por tener contrato de exclusividad y monopolizar el contexto empresarial.
- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta clase de portadas no encontramos específicamente nociones de perspectiva en cuanto a formulaciones estrictas. No obstante, se puede observar un ligero atributivo de perspectiva en el titular, 'Fin al monopolio', el cual trabaja como índice lingüístico del subtitular, ya que en éste se encuentra la explicación. A partir de esta lectura se puede formular una ligera opinión, la cual se hace fuerte después de las lecturas en los subtítulos en el bloque inferior.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: El titular es un claro ejemplo de analogía mental pero a medias, ya que, <<Fin al Monopolio>> expresa el término de algo que se ha estado monopolizando dentro de un contexto y que sólo se entiende mejor al leer la premisa del subtitular, <<'Indecopi' falla en contra de empresa 'Lidercón'>>.
- Retórica: De acuerdo a la construcción del titular, se podría decir que atrae por su modo directo pero que no expresa más que sorpresa, el cuerpo explicativo yace en el subtitular principal. La primera oración nominal (titular), significa un concepto de una realidad general sobre la específica (subtitular principal) y que

luego se entiende mucho más a través de las explicaciones en las premisas del subtitular del bloque inferior.

11.- Expresión cognitiva verbo-visual:

- **La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa:** En este caso, a nivel lenguaje en cuanto al signo, la representación icónica de la imagen funciona como una suerte de '*aspecto espejo*' entre una imagen figurativa – gente de la clase social obrera- con la imagen especular -obreros que trabajan en la oscuridad-, como si fuera algo ilegal. En este sentido, la función de esta representación icónica es también un *aspecto mapa*, porque imita el esquema de una representación de la clase obrera en huelga, es una representación mental a raíz de la experiencia visual cultural e histórica. Por lo tanto, el contexto que el emisor proyecta, se explica mejor a través del titular <<Fin al Monopolio>>, y del subtitular, <<'Indecopi' falla en contra de la empresa 'Lidercón'>>.
- La imagen icónica en este caso trabaja como símbolo de lo que dice en el titular principal y éste a su vez, trabaja como ícono textual por el juego de contraste en el color de las letras y el fondo oscuro de la imagen. Bajo esta característica, el titular que es una suerte de imagen textual, funciona como índice lingüístico o metalingüístico del subtitular, puesto que aquí reside la información principal en el cual yace el motivo de la noticia. Nos encontramos entonces ante una imagen simbólica, según lo antes descrito; y al mismo tiempo epistémica, porque funciona también como retrato de acontecimientos generales que ocurrieron en la historia universal obrera, en este caso, obreros que trabajan en el anonimato o que trabajan en circunstancias ilegales.
- **La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario:** Si el titular principal funciona como un ícono visual, es porque nuestra mirada va primeramente dirigido a ese texto, que por sus características visuales, es una suerte de imán producto de la pasión escópica, característica de nuestra mirada compulsiva o anhelante. No obstante, el titular es una suerte de texto verbo

visual a medias, dado que a pesar de ser de por sí una práctica socio-discursiva siendo texto tal cual, o texto verbo-visual, éste no podría tener el mismo efecto sin la imagen icónica en sí porque es éste que remite al imaginario porque es un símbolo contextual pero que forma parte del titular que trabaja de alguna manera como imagen icónica, esto quiere decir que ambos son huellas pero que funcionan mejor juntas que separadas.

12.- Interacción

- **El marco y foco/ La proyección del enunciado metafórico:** En el titular, 'Fin al Monopolio', es un tipo de oración nominal, la cual el marco es 'Monopolio' y el foco es 'Fin', por tanto sería una metáfora de función sustantiva. Sin embargo, dado su acercamiento a una frase nominal literal, se entiende como un enunciado metafórico puesto que hay una proyección en cuanto a su significado, una proyección que se crea a raíz del foco <<Fin>> que metaforiza al marco <<Monopolio>>, y en donde ambos interaccionan con su propio significado para crear otro, que indica <<el término>> de algo <<dominante>>. En cuanto al subtítulo principal y al subtítulo inferior, no existe metáfora debido a su composición de literalidad.

13.- Proyección

- **La experiencia espacio-temporal o estructural:** El titular <<Fin al Monopolio>> se acerca más a la clasificación <<el tiempo es una cinta en la que estamos quietos>>. El dominio fuente es la circunstancia o el contexto de la actividad ilegal de <<Monopolio>>, y el dominio meta es el tiempo. En cuanto al subtítulo principal, <<Indecopi falla en contra de empresa Lidercón>>, se establece la metáfora estructural de <<La discusión es un guerra>>, donde el dominio fuente es <<Indecopi falla en contra de Lidercón>> y el dominio meta es <<la guerra, batalla>>, es decir en este caso, el concepto en su sentido más amplio, en donde <<Indecopi>><<le gana la batalla>> a <<Lidercón>>.

En cuanto al subtítulo inferior, se establece lo siguiente: la primera proposición,

<<Municipalidad de Lima deberá permitir el ingreso de otras compañías para que realicen las revisiones técnicas>> comprende la metáfora estructural de <<el tiempo es un recipiente>>, porque el <<ingreso>> de esas compañías a <<la Municipalidad de Lima>> está dentro del concepto del <<tiempo>>. Referente a la otra proposición estructural, <<Comuna apelará resolución y amenaza con llevar el caso al Poder Judicial>> contiene dos clases de metáforas estructural, puesto que la oración es compleja, la primera parte <<Comuna apelará resolución>> pertenecería a la estructura <<el tiempo es un recipiente>>, puesto que depende del dominio meta <<concepto de tiempo>> para que, el dominio fuente <<Comuna>>, (empresa 'Lidercón') apele dicha resolución; mientras que la otra parte de la oración <<...amenaza con llevar el caso al Poder Judicial>>, establece la estructura, <<una discusión es una guerra>>.

14.- Fusión

- **Redes de integración a través de redes de nivel único:** En el titular, 'Fin al Monopolio', se puede observar a dos sujetos actantes, el primero tácito y el cual está sobrentendido semánticamente a través del verbo <<Fin>>, y el segundo como objeto directo del predicado, el cual está explícito <<Monopolio>>, en la cual se lee el triunfo de un sujeto sobre otro. En cuanto al subtítular, 'INDECOPI falla en contra de empresa LIDERCÓN', contiene también una red de nivel único, sólo que en este caso sí aparece de manera explícita los sujetos actantes que se contraponen en el discurso.

En cuanto a los demás subtítulos que aparecen en la parte del bloque inferior no es susceptible de analizar puesto que no hay indicación de algún tipo de red de integración.

15.- Interrelación entre la metáfora y la metonimia

- **Contigüidad y Similaridad:** Según estos conceptos, puede que en el titular, se acerque más a una metonimia que a una metáfora, dado que hay una relación de *similaridad* entre el lenguaje y la realidad expresada, <<Fin>>, es el verbo parte del

lenguaje, y <<Monopolio>> significa en este contexto, ilegalidad; por tanto, se pone fin a algo que era ilegal.

- La catacresis entre la metáfora y la metonimia: Hay catacresis dentro del proceso metonímico en la palabra <<Monopolio>>, pues que más allá del juego llamado así, está asociado en este caso, hacia algo ilegal y dominante.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- El color rojo como símbolo/signo: La estructura informativa simboliza <<atención, lean esto>>. Por consiguiente, mediante el subtítular que contiene el color rojo y que lingüísticamente contiene, <<Indecopi falla en contra de empresa Lidercón>>, se convierte en algo más que una oración gramatical sino más bien un signo porque es una estructura cognitiva que implica entre líneas, <<Aquí yace el dato más importante de la noticia>>, al estar escrito en este color.
- La metaforicidad del color rojo: El subtítular presenta doble lectura, por tanto, es más importante que el propio titular inclusive, porque no sólo sirve como símbolo y signo por lo explicado anteriormente, sino porque también se proyecta como una estructura metalingüística, al ser altamente perceptiva y es aquí donde reside la información principal.

El titular y el subtítular en el bloque inferior coinciden en el uso del color blanco, lo cual indica más como una necesidad para un mejor entendimiento en su lectura, dado que el fondo es negro. Sin embargo, también se establece de manera indirecta una forma de vínculo entre estos dos bloques.

17.- Humor y metáfora:

Ninguno de los bloques informativos es susceptible a ser analizado en este punto.

18.- El Stadium y el punctum: En la portada, el *studium* podría ser la imagen que connota el ambiente de algo que se ha estado haciendo en la oscuridad, en la ilegalidad, situación que ha acabado gracias a la intervención de Indecopi. Este tipo de noticias suele ocurrir en varias partes del mundo, con lo cual puede ser tomado como algo histórico también. En cuanto al *punctum*, el elemento punzante, aquél que hiere, podría entenderse de dos formas: Desde el punto de vista en que pueda ser una huella o índice, que signifique <<Esto ha sido>>, sería todas las acciones o actividades ocurridas antes de que se ponga <<Fin al Monopolio>>, antes de la lectura del subtítulo principal <<INDECOPI falla en contra de empresa ‘Lidercón’>>. Esto quiere decir que en cualquier contexto donde hay un grupo dominante, siempre hay un grupo oprimido, que calla o sufre, que soporta tal vez abusos por parte del que tiene el poder, en todo caso no sólo de los trabajadores, sino también la frustración por parte de las demás empresas que quieren competir. Como segunda forma del *punctum*, este podría estar reflejado en la imagen donde yace una máquina grande, la cual pareciese que fuese una especie de ataúd, eso sumado al titular y subtítulo principal, significa la muerte de lo ilegal.

19.- Metáforas visuales

Metáfora contextual: La imagen de la portada sugiere a un grupo de personas que trabajan en la oscuridad o ilegalidad (fuente) esta característica agregada a la tipografía del titular y subtítulo representan <<El Fin de una opresión o Monopolio>>y es aquí donde se produce la metáfora visual.

3.2.-Titular: Videíto manda

Fecha de publicación: 01 de marzo del 2008



1.- Contexto: Aquí se establece que hay un contexto de situación debido al carácter eminentemente político y al mismo tiempo social. La característica principal es un enfrentamiento de ideologías entre dos actantes políticos: Martín Rivas, el que aparece en la carátula informativa -de forma icónica y textual-, y el ex Presidente, Alberto Fujimori que aparece de forma implícita, puesto que lo mencionan como el principal responsable de los crímenes en contra de los derechos humanos realizados en la universidad 'La Cantuta'²⁰ y el barrio céntrico y antiguo de 'Barrios Altos'²¹, en Lima, -así lo mencionan en los subtítulos-; y un tercer elemento actancial, que actúa como una especie de árbitro político que aparece también de forma implícita en los titulares inferiores como <<el Fiscal Peláez>>. Por tanto, la noticia en sí recae sobre la proposición argumental que yace sobre el titular inferior, en la primera parte: <<en entrevista grabada, ex jefe del grupo Colina²², incrimina a ex mandatario en los crímenes de La Cantuta y Barrios Altos>>.

Desde el punto de vista del medio, la noticia sugiere ideologías de enfrentamiento de forma indirecta dado que no contiene los elementos necesarios para considerarse una lectura objetiva en sí debido a que durante todo el discurso, el segundo actante importante sólo aparece de forma tácita. Por tanto, la tarea principal del medio parece hacer significar la culpabilidad de Fujimori en los crímenes de lesa humanidad, enfatizando más la responsabilidad de éste de una forma sutil; esto hace que las ideologías no se enfrenten directamente sino más bien, se aniquila todo medio de defensa, con lo cual se establece una lectura rápida en conocer quién es el ganador o el vencedor. Mediante este tipo de enunciado se observa que la posición del medio encierra una ideología anti-fujimorista.

²⁰ Es una universidad limeña que tiene tal nombre debido a la zona donde se encuentra pero su nombre real es Universidad de Educación Enrique Guzmán y Valle, la misma que fue fundada en 1822; logró su estatuto como tal en 1965. Fue cerrada por el Gobierno Revolucionario de las Fuerzas Armadas del Perú en 1977 y reabierto en 1980. El crimen que lleva su nombre, se cometió durante la presidencia de Alberto Fujimori, el 18 de julio de 1992, en donde un profesor universitario y nueve estudiantes fueron secuestrados y desaparecidos por miembros del Grupo Colina.

²¹ Es un distrito céntrico y populoso en la capital del Perú, zona en la cual se dio muerte a 15 personas, quedando cuatro más heridas. En esta masacre -que sucedió el 03 de noviembre de 1991, durante el gobierno del ex mandatario Alberto Fujimori-, tuvo como autor sospechoso a miembros del Grupo Colina.

²² Fue un grupo paramilitar que operaron en el Perú a finales de la década de los 80's y principios de los 90's con el fin de efectuar seguimientos y capturas terroristas; es decir fue un organismo militar de inteligencia similar a la CIA en Estados Unidos o el CIFAS de España.

2.- Discurso: A través del enunciado general, se establece una atribución de responsabilidad de Alberto Fujimori en los hechos de violación de los derechos humanos. El titular es un enunciado *constatativo* con valor *performativo expositivo* puesto que se puede <<parafrasear>> de la siguiente forma: <<Advierto que Videíta manda>>. Al mismo tiempo, del titular ‘Videíta manda’, se puede deducir otro texto entre líneas: ‘Te agarré con las manos en la masa’, ‘Te pesqué’, ‘Te pillé’. En cuanto al subtítular, la estructura semántica es un tipo de *enunciado performativo expositivo implícito*, el cual también se puede parafrasearlo: <<Afirmando que en entrevista grabada, ex jefe del grupo Colina, incrimina a ex mandatario en los crímenes de La Cantuta y Barrios Altos>>. Por otro lado, en cuanto a la naturaleza del mensaje, se puede descifrar un claro uso de ideologías de políticas contrarias, en donde el significado es una atribución de responsabilidad sobre el segundo actante, del cual se pone en evidencia su estado de <<perdedor>>. En cuanto a la forma en el discurso, se observa que en el titular, hay una construcción expositiva, de sujeto y verbo, el mismo que connota una suerte de ironía y designa culpabilidad: el sujeto mediante su forma diminutiva significa ironía o burla; el verbo por su parte denota un mandato. Al mismo tiempo, este titular tiene doble función dado que es un tipo de índice lingüístico porque es una huella textual de la cinta de vídeo; y es un signo doblemente poderoso, por lo explicado anteriormente, y por estar codificado en color rojo.

Este tipo de enunciado *performativo indirecto* está entre dos clases: *judicativo o veredictivos* porque mediante la oración ‘Videíta manda’ sugiere la condena de algo. No obstante, mediante este hecho, se puede observar también que puede ser un enunciado *performativo* de tipo *ejercitativo o de decreto* porque ordena y manifiesta un ejercicio de poder. En cuanto al subtítular, la información corresponde al enunciado *performativo* indirecto de tipo *judicativo o veredictivos*, porque acusa o condena: ‘Cinta confirma que Martín Rivas *acusó* a Fujimori en el 2002’. En este sentido, en cuanto a su funcionabilidad, la estructura semántica de la noticia titular es doblemente reflexiva y al mismo tiempo acusatoria por todo lo explicado anteriormente.

Por consiguiente, es necesario explicar para una mejor comprensión del discurso, que el rol

de los actantes de la noticia, en algún momento se encuentran y generan conflicto. El grupo Colina, del cual <<Martín Rivas>> era líder, como cualquier organismo de inteligencia, solían operar bajo tácticas secretas de observación y ejecución de acciones policiales, militares o de espía. Su objetivo de ellos era impedir ataques terroristas, los mismos que en los años 80's y 90's causaban pánico y desasosiego entre la gente civil. No obstante la orientación del grupo puede haberse manchado con acciones quizás no éticas o por lo menos no correspondientes a su misión en ciertos 'trabajos' o 'proyectos', sobre todo dentro de un contexto de gobierno dictatorial como era el del segundo actante <<Alberto Fujimori>> que solía usurpar funciones dentro de otros sectores o campos ideológicos como pueden ser las Fuerzas Armadas, el <<Grupo Colina>>, el <<Sin>> hasta el propio <<Congreso de la República>>, al cual le dio golpe de estado en 1992.

3.- Acción: En la estructura semántica de la noticia, no hay una acción, no hay un acuerdo entre las partes, puesto que en el discurso enunciator hay una posición de enfrentamiento, pero que no es interactiva, sino más bien pasiva: porque no refleja el *feedback* inmediato por parte del otro actante principal en la portada, es decir ninguna declaración por parte del ex mandatario Fujimori; y además porque tales puntos de vistas no son recientes dado que provienen de una cinta grabada en el 2002 y la fecha actual en el discurso es del 01 marzo del 2008.

4.- Identidad/Pertenencia: El enfoque noticioso contiene, de alguna forma, dos ideologías encontradas, por una parte el discurso connota la posición ética-moralista de Martín Rivas que le increpa al ex mandatario peruano, Alberto Fujimori, por los crímenes de Barrios Altos y La Cantuta; y por otro lado, -según este enfoque del discurso del enunciado- está también la posición de Fujimori, según el medio, de hacerlo que parezca 'admitir' tal responsabilidad de forma simbólica, dado que no hay lectura de defensa o de respuesta ni directa e indirectamente de este segundo actante en la portada. Por tanto, son dos ideologías encontradas textualmente, donde la ideología del primer actante Martín Rivas predomina sobre la del segundo actante. En este sentido, el medio posiciona al primer actante como un <<defensor activo>> y al segundo actante como un 'opositor pasivo'. De esta última característica, se puede interpretar muchas lecturas: puede que no quiera defenderse, haga

un mea culpa, o quiera permanecer indiferente. En cuanto al tercer actante, el medio lo posiciona como una actante meramente descriptivo bajo una premisa que enfatiza la culpa del segundo actante: <<Fiscal Peláez sostiene que se está acreditando con mayor contundencia la responsabilidad del ex presidente en la violación de derechos humanos>>.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): En la representación de la memoria episódica, la decodificación de la noticia constituye una representación jerárquica del texto, ésta permite al lector relacionar la información nueva con la información antigua. De ahí que se puede establecer un paralelismo cognitivo, por tanto al recordar una noticia parecida, el lector, ya sea que haya sido víctima directa de estos hechos o simplemente un observador cercano o no, puede experimentar un sentimiento de fobia, antipatía en contra del segundo actante a quien se le culpa de tales delitos de lesa humanidad; o también en contra del primer actante por estar involucrado en la información.

Por consiguiente, aquélla representación específica forman también opiniones específicas; y mientras más homogénea y generalizada sean las opiniones, como suele suceder en este tipo de noticias, mayores serán las animadversiones compartidas, así como también los prejuicios. (memoria semántica)

6.- Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): En este punto, a través del 'hojeo' del titular y los subtítulos, el lector puede darse cuenta inmediatamente del contexto noticioso, de los agentes principales de la noticia, así como de la posición política-social del diario. Mediante la tipografía de los titulares, en este caso, <<Videíto manda>>, se establece un índice metalingüístico que hace significar una situación concreta establecida por una cinta de vídeo. Por medio del titular y los subtítulos se observan modelos de representación específica que indica una estructura informativa de destape y enfrentamiento político (modelos de hecho), en donde el lector, se puede sentir identificado con las víctimas de los atentados, por solidaridad o simpatía, y que por tanto, a través del enfoque de este tipo de noticias, se formulan puntos de vista y opiniones asociadas (ideologías: memoria semántica).

7.- Modelos parciales: Dentro de estos modelos se establecen ciertos parámetros que no necesariamente son objetivos, aunque lo parezcan. En este sentido, la forma del discurso en el enunciado presenta actitudes, formas, posiciones de los tres actantes, en las que se acusa al segundo actante principal de haber cometido los crímenes de lesa humanidad, y en donde este segundo actante sólo aparece de forma tácita, situación que denota la no importancia de su rol en la noticia. Esta construcción semántica hace significar de forma indirecta hacia una ideología de <<atribución de responsabilidad>> de <<Alberto Fujimori>>. De esta manera el medio favorece a un grupo de la opinión pública que está en contra de la ideología del partido del ex mandatario, ya que no se incluye ninguna declaración suya en defensa, ni ninguna imagen.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): La memoria semántica corresponde a la estructura general de la noticia, es decir al orden discursivo y distribución de la noticia, los cuales se establecen de acuerdo a las ideologías. En este caso, la estructura semántica de la portada noticiosa es establecer la culpabilidad de Alberto Fujimori en relación a los delitos de lesa humanidad.

Por consiguiente, es preciso indicar también dentro de un contexto general, los valores y normas de los actantes principales enfrentados. Por un lado, los valores de Martín Rivas, como perteneciente a un grupo de inteligencia, eran las propias de un espía, un observador, un estratega, en pro de desactivar proyectos y bandos terroristas. Era más un valor de una persona en combate secreto. En cuanto a los valores ideológicos del ex mandatario Alberto Fujimori, puede que durante su primer gobierno, haya querido mantener un estado democrático pero desde la fecha en que cerró el Congreso el 05 de abril de 1992, se dio un autogolpe al estado y dejó en claro su gobierno dictatorial y luego de ello, durante su segundo gobierno, la reconstrucción del Congreso ya no fue el mismo. Por tanto gobernó a través de mecanismos dictatoriales bajo una fachada democrática.

Por esta razón, como resultado del contexto general, tanto los modelos o memorias episódicas y semánticas se interrelacionan para una mayor comprensión de la noticia, la

misma que debido a su naturaleza estructural, los modelos mentales los cuales se desarrollan a través del texto y que al mismo tiempo, se establece la ideología propia del medio en relación al discurso en general, se convierte este proceso en un feedback o retroalimentación importante a nivel cognitivo. En este sentido, en esta portada se produce tensión cognitiva dado que a través del índice que es el titular <<Videíto manda>>, se establece una rápida lectura mental, tratamiento por el cual se organiza también en conjunto con los subtitulares.

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad de ‘probabilidad’ mediante un vídeo, el cual representa el titular principal, <<Videíto manda>>, pero la información concreta y principal yace en el subtitular, <<Cinta confirma que Martín Rivas acusó a Fujimori en 2002>>. En este sentido, el grupo específico representado por los actantes, Martín Rivas, el Fiscal Peláez y el medio, expresan una ideología de alguna manera <<justiciera>>, <<vengativa>>.
- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, el predicado que más se acerca a un significado de descripción de los actores sociales recae en el subtitular inferior último: <<Fiscal Peláez sostiene que se está acreditando *con mayor contundencia la responsabilidad del ex presidente en la violación de los derechos humanos*>>
- Lexicalización, en cuanto al titular no hay nada lexicalizado, en cuanto al subtitular principal en la parte superior, tampoco. En cuanto a los subtitulares en la parte inferior sí: <<...*con mayor contundencia la responsabilidad del ex presidente en la violación de los derechos humanos*>>, es un tipo de predicado formal e indirecto en el cual se le atribuye la responsabilidad a Fujimori.

- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: el primer actante de la portada es 'Martín Rivas', quien aparece tanto en la portada como en el vídeo, y a éste se le atribuye el acto positivo por denunciar y acusar de manera directa la responsabilidad del que se supone es el verdadero autor de los crímenes de lesa humanidad. El segundo actante es el ex presidente Fujimori, quien no aparece ni de forma icónica, ni declarativa-textual, directa o indirecta, sólo lo nombran, por tanto es un actante pasivo. El tercer actante es el Fiscal Peláez, quien de manera indirecta y más objetiva también le atribuye la responsabilidad al ex mandatario.

- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta clase de portadas encontramos una forma de perspectiva general de acuerdo a la estructura semántica y léxica de la noticia. En este sentido, la acusación al ex mandatario Fujimori por los crímenes de lesa humanidad parte de una premisa madre y al mismo tiempo se desglosa en otra: a través del titular <<Videíto manda>>, el cual es un índice y un signo, se dirige directamente hacia el objeto madre que es la cinta de video. Esto se desglosa en el subtitular principal, <<Cinta confirma que Martín Rivas acusó a Fujimori en 2002>>, luego en el subtitular inferior se establecen más las posiciones de acusación: <<En entrevista grabada, ex jefe de grupo Colina, incrimina a ex mandatario en los crímenes de La Cantuta y Barrios Altos>>.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: El titular es un claro ejemplo de analogía mental en relación al objeto que lo representa. En este caso, <<Videíto manda>> al ser un índice y signo, funciona también como metáfora en este punto dado que proyecta hacia la premisa madre que vendría ser <<la cinta de vídeo>>, la misma que aparece también de forma textual en el subtitular superior. En cuanto al titular del bloque no contiene los elementos necesarios en este apartado dado su cercanía a la literalidad.

- Retórica: El titular representa un contenido altamente metafórico debido a su estructura cognitiva dentro de un función semántica y que rompe moldes en cuanto a lo léxico debido a que el verbo <<mandar>> implica más información gramatical pero esa misma información yace inmediatamente en la mente. De acuerdo al

empleo de la metáfora en la retórica, existe cierta persuasión en todo el campo de proyección cognitivo para pensar que el primer actante de este enunciado discursivo, <<Martín Rivas>> es inocente de toda culpa y que más bien, el segundo actante que aparece de forma tácita, <<Alberto Fujimori>> es el culpable.

11.- Expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: De acuerdo a esta teoría, en esta portada, no se da precisamente esta unicidad debido a que el titular mismo es un ícono textual y que es por tanto, más fuerte que el elemento icónico de la imagen. No obstante, éste último sirve al mismo tiempo como complemento ya que le añade información visual y que funciona como índice de la parte textual por tanto, tiene la función de refuerzo cognitivo.
- La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: Un texto verbo-visual hace generar una pasión escópica, dado que en virtud a ese <<hacer>> se procede a leer tanto los subtítulos como el ícono-imagen. En este sentido, se resalta la importancia de la lectura textual en el bloque informativo superior y se establece el imaginario de esa <<cinta de vídeo>>, y luego se procede a la lectura del ícono de la imagen representada, el primer actante <<Martín Rivas>>, cerrando la lectura con el bloque informativo inferior.
- El espacio sinóptico: Hay un espacio cultural muy fuerte que se lee entre líneas en el titular, <<Videíto manda>>, dado que la forma lingüística en el diminutivo marca un tipo de discurso muy propio del lugar, ya sea como proyección <<cariñosa>> o <<sarcástica>>. En este caso, según la estructura semántica es el sarcasmo. Por tanto, este titular icónico, que a su vez es signo y metáfora, mantiene un orden de interacción, primero con el subtítulo superior, luego con la imagen icónica representada -que funciona como huella de la parte textual del subtítulo superior y del titular-, y luego con los subtítulos del bloque inferior.

12.- Interacción

- El marco y foco: Dentro del titular, por ser una oración gramatical con un verbo intransitivo, la oración carece de sentido por el hecho de que no tiene un predicado, el cual es preciso construirlo para establecer una sintaxis lingüística. Por tanto, <<Videíto manda...>> no contiene ninguna metáfora de interacción por sí sola. En cuanto al subtítulo superior <<Cinta confirma que Martín Rivas acusó a Fujimori en 2002>> hay un marco pero no hay un foco propiamente dicho dado que el verbo <<acusar>> no es básicamente metafórico. El subtítulo del bloque inferior contiene las mismas características. Por consiguiente tampoco es susceptible de analizar en los ítems de esta apartado.

13.- Proyección

- La experiencia sobre metáforas estructurales: En cuanto al titular, <<Videíto manda>>, éste se acerca más a la metáfora del canal bajo la estructura del dominio meta, <<La comunicación es un envío>>; y el dominio fuente es la acción de <<enviar o mandar>> porque sugiere que manda <<algo a alguien>>.

En cuanto al subtítulo principal, éste también pertenecería a este apartado, ya que aquí se expone mejor y tiene una función de complemento. Por consiguiente, el dominio meta que ya se conoce interactúa con el dominio fuente como unidad bidireccional, porque en <<Cinta confirma que Martín Rivas acusó a Fujimori en 2002>>, se <<comprueba o reafirma algo>> y ese reforzamiento hace significar una <<revelación o denuncia>>.

Referente al bloque del subtítulo inferior, la primera premisa proposicional contiene la misma estructura del dominio meta pero en este caso interactúa con un dominio fuente en una sola dirección bajo el verbo sinónimo del subtítulo superior pero con información agregada, <<En entrevista grabada, ex jefe de grupo Colina *incrimina* a ex mandatario en los crímenes de la Cantuta y Barrios Altos>>. En el otro subtítulo inferior, el dominio meta se relaciona con el dominio fuente también como una unidad bidireccional a través del verbo <<sostener>> y <<acreditar>>, éste último de forma pronominal en gerundio, lo cual le otorga menos fuerza por referirse de

forma indirecta a la situación contextual, pero que le añade más información sustancial: <<Fiscal Peláez *sostiene* que *se está acreditando* con mayor contundencia la responsabilidad del ex presidente en la violación de derechos humanos>>.

14.- Fusión Conceptual:

- Red de integración a través de redes de nivel único: En el titular, <<Videíto *manda*>>, se observa esta característica pero de forma implícita dado que a nivel gramatical sólo contiene sujeto y verbo intransitivo, y que por tanto tal construcción sugiere un predicado, el mismo que sobreentiende en función a la estructura semántica del todo discurso del enunciado. Por tanto, <<Videíto manda...>> es en realidad una metáfora en proyección de forma tácita dentro de una integración lineal, del cual se podría interpretar de la siguiente manera: <<Hay una información en una cinta de video que *establece*: la confirmación de algo importante que es innegable>>

En cuanto al bloque de los subtítulos superior e inferior no son susceptibles de analizarlos según este ítem.

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- Contigüidad/Similaridad: Existe una metonimia en tanto hay una contigüidad en la relación del sema o significado <<videíto>> con el sema o significado <<información, prueba>. No hay contigüidad ni similaridad en el subtítulo superior ni en el bloque inferior.
- La catacresis en la metonimia/metáfora: Hay catacresis en la metonimia, puesto que el sema <<Videíto>>, se sobreentiende que está relacionado con la realidad exterior que comprende el sema o significado <<información>>, se reemplaza entonces, el primer sema por el segundo.

- La *metafonimia*: En este tipo de titular se presenta una metonimia bajo un ropaje semántico- cultural que de alguna manera es también una analogía basada en una metáfora. En este sentido, en contextos tensos y burocráticos, existe una frase muy utilizada por los políticos y las instituciones políticas: <<papelito manda²³>>, con esta frase se quiere dar a entender que si no hay documentación que acredite lo verbal, lo dicho no tiene validez. Por tanto, el titular <<Videíto manda>>, es una analogía a la metonimia establecida <<papelito manda>>. Por consiguiente, el titular establece una especie de paralelo o antecedente a la estructura metafórica <<Las palabras se la lleva el viento>>, se puede decir entonces, hay una relación muy cercana como consecuencia: <<Videíto manda>> porque <<las palabras se las lleva el viento>>.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- El color rojo como símbolo/signo: La estructura informativa simboliza <<atención, lean esto>>. Esta parte simbolizada la cual contiene el titular, <<Videíto manda>>, tiene la función de un índice por ser huella directa con el objeto de <<la cinta de vídeo>>. Por consiguiente, el color contenido en el titular, es al mismo tiempo un signo porque transporta información semiótica, es decir por todo lo anterior.
- La metaforicidad del color rojo: En vista de que este color es un código simbólico y al ser el titular mismo un índice, además de que ese mismo color sea un signo, es también una metáfora por todo lo explicado anteriormente.

17.- Metáfora y humor

- La risa liberadora de Bajtin: En el titular se presenta una lectura que va más allá de una información simple, ya que <<Videíto>> es un diminutivo que implica una ironía fina. Por tanto, en <<Videíto manda>> contiene tal vez, una risa liberadora

²³ Es una frase humorística pero que al mismo tiempo es tajante, la cual expresa que *ningún acuerdo vale si no está escrito*. <<La usó como argumento el exjefe de la Oficina Nacional de Procesos Electorales (ONPE), José Portillo, al negarse a proporcionar datos concretos sobre las elecciones presidenciales del año 2000 antes de terminar el escrutinio correspondiente. En “Perú 21” (ed. 31/8/2012)>>, extraído de las indicaciones que hace la ex congresista y lingüística peruana, Martha Hildebrandt en el diario de formato digital de ‘El Comercio’.

en la cual se expresa la respuesta de la cultura popular frente a una sospecha que se confirma que es un hecho verídico.

18.- El Stadium y el punctum: En cuanto al *studium*, sería el titular icónico en el color metafórico rojo, <<Videíto manda>> porque representa el índice del objeto de la <<cinta>>. En cuanto al *punctum* el elemento que hiera, sería la imagen icónica de <<Martín Rivas>> pues que expresa una sensación de abatimiento y preocupación de algo que ha cometido en relación al titular. Esto significa un índice fotográfico de <<esto ha sido>>, es decir todo lo que tuvo que pasar el primer actante del enunciado en todo el tiempo desde el 2002, año en que fue grabado el video, hasta el 2008 que es el año de actualidad de la noticia.

19.- Metáforas visuales

Metáfora contextual: En cuanto al discurso en general del enunciado, el titular icónico que es una imagen verbo-visual más la imagen icónica conforman una premisa semántica del contexto que pueden tomar dos formas de lectura: un hombre abatido y arrepentido sobre el descubrimiento del video, o una persona que aparece en el vídeo y que tiene que pasar por una serie de filtros para llegar a la verdad, y esa situación lo cansa, lo estresa.



1.- Contexto: Mediante la portada se establece un contexto de situación conflictiva bajo una suerte de dialogo triangular a medias. El conflicto directo lo establecen dos actantes secundarios: La empresa Lidercón y el abogado de la Municipalidad de Lima, así se manifiesta en el subtítular inferior: <<Lidercón asegura que en 20 días reanudará el servicio, mientras abogado de Municipalidad de Lima cuestiona proceso arbitral y afirma que no conoce el fallo>>. A esta situación se le agrega el otro actante, el Alcalde de Lima, el más importante puesto que aparece en la portada, en el titular y en el subtítular superior. Por tanto <<Sigue *mudo*²⁴>> tiene relación directa con la imagen icónica del actante principal, quien aparece con la boca borrada mediante photoshop; el subtítular superior le añade más información <<En medo de incertidumbres, por revisiones técnicas, Alcalde guarda silencio>>, es decir pareciera que el burgomaestre no quisiera dar su opinión en esta situación de conflicto. Por tanto, mediante esta estructura se establece una llamada de atención y al mismo tiempo se sugiere la relevancia de este actante por su rol como figura pública y líder jerárquico dentro del manejo político y administrativo en la Municipalidad de Lima.

En este sentido, desde el punto de vista del medio, la noticia propone ideologías de enfrentamiento de forma directa pero dentro de un segundo plano, dado que el actante más importante figura en primer plano porque aparece en la carátula informativa y en el titular y subtítular superior. Por tanto, desde este enfoque se genera una atribución de responsabilidad hacia el actante principal, el Alcalde de Lima, Luis Castañeda Lossio por no manifestarse ante un hecho de conflicto, situación de la cual constituye una lectura cognitiva más rápida. Sin embargo, la fuerza retórica, en donde existe un *feedback* noticioso es por medio de las ideologías encontradas debido a que desde ahí se puede saber el motivo del conflicto. En este sentido, la posición del diario es de una actitud crítica en

²⁴ A Luis Castañeda Lossio le dicen 'El mudo' desde hace varios años. El Alcalde de Lima es un político peruano de gran envergadura. Abogado de profesión, alcanzó la buena fama cuando estuvo a cargo del Seguro Social (IPSS) limeño; lleva consigo tres temporadas como burgomaestre de la Municipalidad de la capital peruana (2003-2010 y 2015). Se ganó el apodo de 'mudo' debido a un debate político a nivel nacional al intentar postular a la presidencia. Se dio cuenta que era más rentable su silencio para su popularidad y dejar que los hechos hablen por él. No obstante, el 'hacerse el mudo' también lo ayudó para sobrellevar el escándalo de lavado de activos en el 'Caso Communicore' durante su segunda gestión en la alcaldía limeña. En la actualidad dice que le gusta que lo llamen así ya que argumenta que prefiere escuchar y trabajar. En junio cumplió 70 años y hace poco escribieron un artículo sobre él <http://elcomercio.pe/politica/actualidad/luis-castaneda-lossio-senor-siete-decadas-noticia-1820270>

contra la postura silenciosa del alcalde por no formar parte del dialogo en el contexto de conflicto.

2.- Discurso: A través del enunciado general, se establece una atribución de responsabilidad del Alcalde de Lima, Luis Castañeda Lossio, quien aparece de forma irónica sin la boca en el rostro, representación que alude a un silencio por parte del propio actante y no por parte del enunciador, es decir del medio. Por tanto, a través de este lenguaje se indica una lectura caricaturesca, el cual constituye un nexo directo, índice con el titular y el subtitular respectivamente: <<Sigue mudo>> y <<En medio de incertidumbres, por revisiones técnicas, Alcalde guarda silencio>>. En cuanto, al subtitular inferior se pronuncian dos ideologías diferentes en confrontación. Por tanto, yace dentro de esta estructura semántica dos formas de lectura: una connotación de burla y crítica y la otra descriptiva e informativa de un hecho en conflicto.

En este sentido, el titular <<*Sigue mudo*>>, constituye un enunciado *constatativo* de valor *performativo primario*. No obstante, a este mismo se le puede parafrasear de la siguiente manera: <<*Afirmo que sigue mudo*>>. Por tanto mediante este análisis, se puede deducir también que esta premisa contiene un enunciado *performativo expositivo* de manera implícita por <<*parafrasearlo*>> con el verbo <<*afirmo*>>. Esta última acción de forma *expositiva* a través del verbo *performativo* <<*afirmo*>> se puede producir de manera mental, con lo cual se establece que ninguna lectura contiene de por sí una construcción lineal completa en el proceso de mensaje.

Por tanto, la misma forma de lectura puede suceder con los demás subtitulares dependiendo del grado *performativo implícito* del cual se le puede atribuir. En el caso del subtitular superior, su construcción no permite un valor *performativo* sino más bien se aproxima más hacia una *enunciación histórica u objetiva*, <<*En medio de incertidumbres, alcalde guarda silencio*>>, esta enunciación es también descriptiva con lo cual es también *constatativo*.

La misma relación se asemeja con el subtitular inferior, ya que por contener un alto grado de literalidad de manera *objetiva*, éste no se presta para parafrasearlo con los verbos

performativos implícitos, <<yo afirmo>>, <<yo manifiesto>> porque ya están dentro de la oración compleja, “*Lidercón <<asegura>> que en 20 días reanudará el servicio, mientras abogado cuestiona proceso arbitral y <<afirma>> que no conoce el fallo*”.

Por consiguiente, se recalca que debido a su relación que mantiene tanto el titular y el subtitular con el objeto-imagen, éstas se convierten en índices metalingüísticos; en este sentido, el titular funciona también como signo, ya que siendo índice directo por ser el texto principal, está también escrito en color rojo. Por su parte, el ícono imagen es el índice icónico en relación con el bloque lingüístico.

Por otro lado, se justifica la posición del diario que es el de criticar al actante principal ya que la función principal de éste como Alcalde de Lima es el de administrar, dirigir e intervenir en situaciones de tensión política correspondiente a sus funciones. Sin embargo, el Alcalde no dice nada al respecto. En cuanto a los otros actantes, tanto la empresa Lidercón y el abogado de la Municipalidad de Lima, defienden sus posturas ideológicas contrarias; por un lado Lidercón indica que reiniciará su servicio en 20 días, situación que no reconoce el abogado de la institución estatal.

3.- Acción: En la estructura semántica de la noticia, no hay una acción, no hay un acuerdo entre los actantes secundarios, la empresa ‘Lidercón’ y ‘La Municipalidad de Lima’, pero sí se establece un enfrentamiento de forma interactiva porque hay un *feedback* inmediato entre ellos. En cuanto al actante principal, el Alcalde de Lima, Luis Castañeda Lossio, aparece de manera pasiva al ser objeto de una estructura irónica dentro de una estructura de enfrentamiento.

4.- Identidad/Pertenencia: El enfoque noticioso contiene de alguna manera tres ideologías: la primera es un discurso de silencio del actante principal, Castañeda Lossio, las otras dos ideologías son posiciones encontradas activas. Por parte de uno de los actantes secundarios, en la empresa Lidercón, existe una ideología perteneciente al grupo de la empresa que maneja el monopolio en ese tipo de mercado, puesto que en la noticia anterior relacionada a ésta, ‘Fin al Monopolio’, ya había una orden de mandato que prohibía a esta

empresa seguir con su proyecto. Sin embargo a pesar de ello, reiniciará sus servicios, de ahí que el abogado de la Municipalidad, el otro actante contrario desconoce el fallo. Éste último actante pertenece al grupo de los que no desean el monopolio pero que según esta estructura semántica, el ganador es la ideología del monopolio, situación de la cual contiene también otra lectura entre líneas de corrupción o de intereses creados. Tal vez, en ese sentido, el alcalde tenga motivos en guardar silencio.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): En la representación de la memoria episódica, se establece una suerte de paralelismo cognitivo, es decir el lector relaciona rápidamente la anterior noticia que contiene la misma estructura semántica de posturas encontradas sobre Lidercón y la Municipalidad de Lima de hace dos meses, sólo que esta vez los modelos de situación se producen de manera contraria y se antepone como modelo principal, la crítica contra el silencio del actante Luis Castañeda Lossio, representado a través de su icono con la boca borrada. Por lo tanto, se produce dos modelos situacionales generales en la mente, en la cual, al hacer el paralelismo cognitivo, el lector hará sus comparaciones de ambas situaciones o contextos de aquéllas representaciones específicas y formará sus opiniones específicas acerca de la crítica y del conflicto. En este sentido, dichas situaciones son susceptibles para crear animadversiones en contra de la empresa Lidercón y prejuicios en contra de la gente que representa al estado, en este caso a la Municipalidad de Lima, con lo cual se puede leer de manera tácita una corrupción subrepticia. (memoria semántica)

6.-Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): En este punto, al ser una noticia con una fuerte dosis que contiene la memoria episódica con respecto al discurso de la noticia, las representaciones contextuales son automáticas pero con un adherido, el actante principal es el blanco de la crítica por no formar parte del dialogo en el conflicto donde intervienen los otros actantes. Por tanto, se recalca en el titular y los subtitulares los modelos de representación específica que indica una estructura informativa de crítica y de enfrentamiento político (modelos de hecho), en donde el sujeto de la enunciación da su punto de vista y eleva la noticia a través del elemento coyuntural que más llama la atención del cual lo sintetiza de manera práctica tanto en el ícono como en

el titular principal: <<Sigue mudo>>.

7.- Modelos parciales: Dentro de estos modelos se establecen dos estructuras, la primera crítica e irónica; y la segunda más objetiva y literal en relación al contexto de conflicto. En cuanto a la primera estructura o modelo de representación puede que sea parcial o no, no obstante este modelo se justificará mejor en el desarrollo de la noticia en la parte interior del diario y/o de lo contrario conformen vayan sucediendo los hechos en relación a esta noticia de primer plano. Por tanto, dentro de la estructura del primer plano noticioso existe una ideología crítica y dentro de la segunda estructura, una ideología de enfrentamiento, la misma que debido a su circunstancia repetitiva por ser coyuntural, establece dentro de un modelo más objetivo, otra lectura tácita que se puede interpretar como <<algo está pasando dentro del marco legal del gobierno que ahora Lidercón obtiene de nuevo el permiso legal para su funcionamiento>>.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): El modelo semántico de la portada es una lectura crítica en la *caricatura* de Luis Castañeda Lossio, por medio de la estructura base del *conflicto* entre la empresa Lidercón y la Municipalidad de Lima. Por consiguiente, es preciso indicar también que dentro de este contexto general, los valores y normas del alcalde Luis Castañeda Lossio están escondidos o simplemente son nulos en este discurso, y es precisamente por esa actitud que el medio le atribuye responsabilidad a través de la crítica en un lenguaje caricaturesco.

En el caso de los demás actantes, la empresa Lidercón tiene como valor el antivalor de la ideología del monopolio; y en cuanto a la Municipalidad de Lima, mantienen la norma o el valor de la lucha en pro del antimonopolio a través de su abogado.

En cuanto al *feedback* entre la memoria episódica y semántica, si la memoria o modelos episódicos se relacionan con la memoria a corto plazo (MCP) y la memoria o modelos semánticos con la memoria a largo plazo (MLP), en este tipo de noticia ocurre un desarrollo diferente. En el proceso de recordar o relacionar una noticia con otra anterior -en este caso,

con la noticia ‘Fin al Monopolio’ - sólo se podrá evocarla a través de una *palabra clave* del modelo episódico, la misma que está almacenada en la memoria a largo plazo. En este sentido, se establece la relación que existe entre la memoria episódica y la memoria a largo plazo (MLP) a través de la técnica del recordar. En este caso, la palabra o *palabras claves* para relacionar la noticia ‘Sigue mudo’ con ‘Fin al Monopolio’, son: la empresa <<Lidercón>> y <<Municipalidad de Lima>>.

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad de ‘necesidad’ de criticar al Alcalde de Lima en vista de que no se pronuncia ante el contexto de conflicto entre la empresa ‘Lidercón’ y ‘La Municipalidad de Lima’.
- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, el predicado que más se acerca a un significado de descripción de los actores sociales, en este caso sobre el actante principal, el Alcalde de Lima, recae sobre el titular: <<Sigue mudo>>.
- Lexicalización, lo podemos encontrar en el subtítular superior: <<En medio de incertidumbres por revisiones técnicas, Alcalde guarda silencio>>, en este caso se acerca más a este ítem en vista de que emite una opinión basada en una conclusión ante el hecho de que este actante no quiere pronunciarse al respecto. Asimismo, lo encontramos también en el subtítular inferior, <<Lidercón asegura que en 20 días reanudará el servicio, mientras que abogado de Municipalidad cuestiona *proceso arbitral* y afirma que no conoce fallo>>.
- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: el primer actante de la portada es el Alcalde de Lima, Luis Castañeda Lossio, quien aparece de forma irónica con la boca

borrada en la portada bajo el titular también irónico <<Sigue mudo>>. A éste se le atribuye la responsabilidad de que esta noticia sea más conflictiva por no pronunciarse al respecto como burgomaestre de la entidad actante, la Municipalidad de Lima. Los otros actantes secundarios, aparecen en el subtítular inferior y representan la base de la noticia, por tanto hay una comunicación entre la empresa <<Lidercón>> y <<La Municipalidad de Lima>> pero que se contraponen. <<Lidercón>> mantiene su monopolio y el abogado de <<La Municipalidad de Lima>> desconoce el fallo.

- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta portada encontramos una forma de perspectiva general de crítica contra el Alcalde de Lima en toda la estructura semántica como primer plano pero la base noticiosa aparece como segundo plano la cual establece un nudo cognitivo importante porque evoca la noticia anterior similar a ésta. Es por eso que en el subtítular inferior aparecen las palabras claves explicados anteriormente, los mismos que le dan perspectiva de conflicto <<Lidercón asegura que en 20 días reanudará el servicio, mientras que abogado de Municipalidad cuestiona proceso arbitral y afirma que no conoce fallo>>.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: El ícono es una huella directa del titular, <<Sigue mudo>>, por tanto se establece una estructura analógica, una suerte de mimesis entre la imagen y lo lingüístico. De la misma manera que el titular funciona como índice metalingüístico del ícono, también funciona como signo al estar en color rojo. Lo mismo sucede, pero a menor grado, entre el subtítular superior y el ícono. En cuanto al subtítular inferior, éste no es susceptible de ser analizado en este apartado.
- Retórica: En todo el discurso existe una retórica argumentativa *epidíctica* porque de alguna forma *condena*, a través de la primera estructura semántica maximizada, de crítica o ironía hacia el actante Luis Castañeda Lossio, por no pronunciarse ante un hecho en conflicto, éste último viene a ser la estructura madre que aparece minimizada por el enfoque noticioso. Es decir, por qué se condena al Alcalde de Lima, Luis Castañeda Lossio con el titular <<Sigue mudo>>? Porque no se pronuncia ante la situación en conflicto que mantiene la empresa Lidercón con la

Municipalidad de Lima para establecer quién se hará cargo de las revisiones técnicas vehiculares.

11.- Expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: De acuerdo a esta teoría, en esta portada sí se cumple la función de unicidad, en vista de que el objeto pertenece tal cual al titular y que por tanto, la imagen del actante principal que aparece con la boca borrada, es un índice del titular, <<Sigue mudo>>, y éste último funciona también como índice metalingüístico y signo, al estar en color rojo del ícono; por tanto ambos se pertenecen y forman una única estructura semántica. En cuanto al subtítular superior, éste funciona como una suerte de co-índice del ícono. El subtítular inferior no es susceptible de ser analizado en este apartado.
- La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: El titular no es un texto verbo visual propiamente dicho pero funciona como un entimema visual en relación con el ícono. Por tanto, se sobreentiende que quien <<sigue mudo>>, es el actante principal que sale en la portada. Algunos lo podrán identificar como el Alcalde de Lima, otros no, pero en cualquier caso, se produce una pasión escópica por querer saber por qué <<Sigue mudo>>, o quién es el actante que <<Sigue mudo>>. De esta manera se da lectura a los demás subtitulares y al artículo en general.

12.- Interacción

- El marco y foco: Debido a la construcción gramatical del titular, <<Sigue mudo>>, no existe un marco propiamente dicho puesto carece de sujeto activo, con lo cual presenta un sujeto tácito, el mismo que aparece en la portada. En cuanto al foco metafórico tampoco hay una lectura clara. En cuanto a los subtítular principal, <<En medio de incertidumbres por revisiones técnicas, Alcalde *guarda* silencio>>, el marco sería toda la frase anterior a la oración y el sujeto y predicado de la misma, por tanto, el foco metafórico sería el verbo <<guardar>>, en vista que *el silencio no se guarda* pero se sobreentiende lo que se quiere decir. En tanto, por la construcción

del subtitular inferior, que es una oración compleja, no hay interacción entre un marco y un foco metafórico puesto que la relación del verbo con el predicado son bastante literales. No obstante, se rescata la oración donde puede existir metáfora: <<...abogado de la Municipalidad de Lima *cuestiona* proceso arbitral...>> el marco sería todo el sujeto y predicado y el foco metafórico el verbo <<cuestionar>> que viene del sustantivo cuestionario, de una relación de preguntas; pero que según el contexto se aproxima más al verbo <<objetar, discutir>>.

13.- Proyección

- La experiencia sobre metáforas ontológicas: Dado que este tipo de metáforas se relaciona con las emociones, actividades, acontecimientos, el titular tiene que ver con una condición sobre la emoción en el tiempo. Es por eso que <<Sigue mudo>>, es una suerte de metáfora bajo la subsiguiente construcción del dominio meta <<el tiempo es una condición>>. En este sentido, se puede desglosar lo siguiente: <<El Alcalde de Lima *no quisohablarayerni quierehablar hoy*>>.
- La experiencia sobre metáforas estructurales: En cuanto al subtitular superior <<En medio de incertidumbres por revisiones técnicas, Alcalde guarda silencio>> se acerca a una estructura del dominio meta como <<Las personas son recipiente>>, en vista que <<el Alcalde contiene el silencio>>. En este tipo de metáforas, también se encuentra parte del subtitular inferior, <<Lidercón asegura que *en 20 días reanudará* el servicio...>>, bajo el dominio meta <<El tiempo es una cinta en la que estamos quietos>>, porque de momento no reanudarán el servicio. En cuanto a la otra preposición del subtitular inferior, <<...mientras abogado de la Municipalidad de Lima *cuestiona proceso arbitral y afirma que no conoce fallo*>>, está bajo el dominio meta <<toda discusión es una guerra>> porque argumenta su defensa y no acepta la derrota.

14.- Fusión Conceptual:

- Red de integración a través de redes de nivel único: En el titular, <<Sigue mudo>>, se acerca más a este tipo de metáfora, no obstante para ello es necesario desglosarlo

de la siguiente forma, <<En suspenso: De momento, Alcalde de Limano hablará sobre el problema entre la empresa Lidercón y la Municipalidad de Lima>>. En cuanto al subtítular inferior, éste se presenta más claro: <<En medio de incertidumbres por revisiones técnicas, Alcalde guarda silencio>>. En cuanto al subtítular inferior, éste no es susceptible de analizarlo en este apartado.

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- Contigüidad/Similaridad: Los titulares ni los subtitulares son susceptibles a ser analizados en este apartado.
- La catacresis en la metonimia/metáfora: No hay catacresis en la metáfora ni en el titular ni subtitulares, sin embargo parte del subtítular superior, <<...Alcalde guarda silencio>>, se acerca más a una *catacresis en la metonimia* de manera tácita, puesto que el sema <<Alcalde>>, se sobreentiende como <<persona, cuerpo>> y que al relacionarlo con el verbo <<guardar>> significa que esconde algo pero que objetivamente, el hombre no <<guarda el silencio dentro de su cuerpo>> sino que <<lo guarda de diferente forma>> y de alguna manera, esa esa relación ya está establecida.
- La *metafonimia*: En el titular, <<Sigue mudo>> no hay *metafonimia*. En cuanto a los subtitulares, tampoco hay. Por tanto, no son susceptibles para ser analizados en este apartado.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- El color rojo es un símbolo/signo: El titular <<Sigue mudo>> además de funcionar como índice metalingüístico del ícono-símbolo, es también un signo al estar tipografiado en color rojo el cual simboliza <<atención, lean esto>>.

- La metaforicidad del color rojo: En vista de que este color es un código simbólico y al ser el titular mismo un índice, además de que ese mismo color sea un signo, es también una metáfora por todo lo explicado anteriormente.

17.- Metáfora y humor

- Analogía cognitiva y humor satírico: En la portada se presenta una lectura básicamente satírica dado que la imagen del objeto satirizado pertenece al titular tal cual: es un enunciado *constatativo* o *asertivo*, porque describe y presenta al ícono según su descripción. Por tanto <<Sigue mudo>> es una analogía cognitiva lingüística del ícono visual -que no contiene la boca-, y que mediante esta construcción semántica, hace que el objeto-imagen sea risible mediante su simbología icónica de <<mudo>>. Por tanto, en esta lectura hay competencia comunicativa porque utiliza una serie de elementos semióticos (índice, signo y metáfora) para establecer un efecto moralizador sobre el actante, el cual es su primer propósito del enunciador y que sin embargo desemboca en humor.

18.- **El Stadium y el punctum:** En esta portada, el *studium* sería el titular porque tiene la función de signo y metáfora por estar en color rojo. Por tanto, <<Sigue mudo>>, establece una relación directa con el ícono representado y provoca una pasión escópica de que querer <<ver>> más allá del titular y del ícono. En cuanto al *punctum* el elemento que hiera o llama más la atención, sería lo que representa <<el elemento ausente>> en el ícono, es decir <<la boca borrada de la imagen>>. En este sentido, el lector se puede preguntar, <<¿Por qué está mudo?>>, <<¿Por qué no habla?>>, <<¿Existirá alguna conspiración contra él>> o <<tal vez hay algo que él sabe y que no quiere que nadie se entere>>. En este caso el *punctum* está relacionado con el imaginario colectivo.

19.- Metáforas visuales

Metáfora contextual: En cuanto al discurso en general, el titular que es un complemento del ícono, conforman una premisa semántica dentro del contexto político peruano, del cual significa que el actante satirizado no quiere hablar, más allá de su condición de <<mudo>>, y que refuerza su condición en el mensaje visual a través de <<la boca borrada>>.

3.4.- Titular: **Álvarez Rodrich deja Perú21** Fecha: **17 de noviembre del 2008**



"SI NOS VAN A SACAR QUE LO HAGAN CON ROCHE"
Heduardo hace llamado a humoristas del diario // PAG. 2



"OBVIAMENTE, LOS COLUMNISTAS SACAREMOS NUESTRA WEB"
Rospi gliosi cree que hay mano del gobierno detrás de salida de AAR // PÁGINA 3.



www.peru21.pe
Perú 21
DIRECTOR GENERAL: Claudio Inaguma
MANUEL TUMI
VALOR: S/ 1,00
S/ 0,70
LUNES, 17 DE NOVIEMBRE DE 2008 AÑO VII - Nº 2.011



TENGO UN SPOT BIEN BACÁN: "LA VERDAD TAMBIÉN ES GOBERNABILIDAD" ¿TE GUSTA?
SÍ, PERO USALO CUANDO TENGA TU PROPIO DIARIO

Tome precauciones // PÁG. 14

PROHIBIDO CRITICAR AL GOBIERNO POR CUMBRE



TAMBIÉN RENUNCIAN COLUMNISTAS MANRIQUE, ROSPIGLIOSI, PALACIOS, BRUCE, BASOMBRÍO, TANAKA, ETC.





Álvarez Rodrich deja Perú.21

> Crisis de los "Petroaudios" se cobra una víctima en la prensa independiente. Se rumorea presión sobre el Grupo El Comercio desde el Partido de la Estrella. Nuestro director se despide /// PAG. 2

Ingeniería de Redes y Comunicaciones



2 NUEVAS INGENIERÍAS

Examen de Admisión: **23 de NOVIEMBRE**

Esquina Ru. 28 de Julio con Ru. Petit Thouars - Lima 1

Email: informes.gutp.edu.pe www.utp.edu.pe Informes: 332-9393

Ingeniería de Seguridad y Auditoría Informática



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ

FALTAN 6 DÍAS

Se matriculará normalmente el 20 y 21

1.- Contexto: Mediante la portada se establece un contexto de situación conflictiva entre seis actantes: el director periodístico del diario, *Augusto Álvarez Rodrich*, la agrupación de *columnistas -uno de ellos aparece como actante activo en la portada, Alberto Rospigliosi que tiene un pequeño bloque informativo donde manifiesta su parecer en la parte superior-*, luego está también el dibujante humorista, *Heduardo* que también tiene un bloque donde crítica al gobierno, <<”Si nos van a sacar que lo hagan con *roche*²⁵”; luego están *el Grupo de ‘El Comercio’*, que son los dueños del diario ‘Perú21’, y el Apra, *el partido de la Estrella de Alan García*. El sexto actante estaría representado por el medio mismo, *el enunciador* pero que debido al tipo de contexto y estilo de discurso y en vista de que su director periodístico se va del medio, el enunciador toma la función de *actante crítico* también *se solidariza*, por medio de la distribución de las proposiciones de crítica de los demás actantes que aparecen en el discurso. Por consiguiente, toda la portada constituye una protesta unánime en contra del gobierno, tanto por medio de su titular en color rojo, lingüísticamente mesurado, <<Álvarez Rodrich deja Perú21>>, así como por la lexicalización de los demás ítems informativos que le otorgan fuerza retórica a la semántica discursiva de toda la portada que desaprueba la acción de abuso de autoridad del gobierno y del medio mayoritario, es decir del grupo ‘El Comercio’.

En este sentido, la razón del enfrentamiento de estas ideologías se debe a una supuesta orden del gobierno del ‘Apra’ por una publicación incómoda para ellos, sobre la crisis de los ‘Petroaudios’²⁶, reproducida por el diario puesto que ya la opinión pública lo conocía a

²⁵ *Jerga* peruana establecida en el Diccionario de la Real Academia, que significa *vergüenza*.

²⁶ Llamado también por la prensa internacional como el caso de los <<Petrogate>>, es un trabajo de investigación periodística donde se destapa el escándalo de corrupción entre un ministro del gobierno del Apra, un ejecutivo de Petro-Perú y la empresa noruega Discover Petroleum. El destape fue publicado por un medio de comunicación de televisión en la que supuestamente se escucha la grabación de Alberto Quimper, un ejecutivo de Perú-Petro, discutiendo con Rómulo León, en ese entonces ministro aprista, para sobre los pagos para favorecer a la empresa noruega a ganar contratos. El escándalo significó protestas sociales lideradas por profesores, médicos, obreros para que el Consejo de Ministros renuncie, lo cual tuvo como resultado la dimisión del Presidente de Consejo de Ministros, Jorge del Castillo- el segundo líder del partido de la ‘Estrella’ después de Alan García- y el nombramiento de un nuevo gabinete. La actuación de ‘Perú21’ en este contexto es que también se implica en la difusión de los audios, por tanto los publica, lo cual le representó al director del medio, Augusto Álvarez Rodrich a que <<renuncie de forma obligatoria>>.

través de un programa periodístico televisivo. Por tanto, el motivo de la salida del director yace en el subtitular inferior: <<Crisis de los “Petroaudios” se cobra una víctima en la prensa independiente, se rumorea presión sobre el Grupo El Comercio desde el partido de la Estrella. Nuestro director se despide///PÁG. 2>>. En cuanto al titular <<Álvarez Rodrich deja Perú21>, tiene la función de índice metalingüístico del ícono que representa al actante principal, Álvarez Rodrich. Hay que agregar que en medio de esta fricción entre los actantes, se produce también un efecto solidario entre algunos periodistas con el actante principal, Álvarez Rodrich, el cual aparece en el subtitular superior: <<También renuncian columnistas Manrique, Rospigliosi, Palacios, Bruce, Basombrío, Tanaka, etc>>.

En este sentido, desde el punto de vista del medio, la noticia propone ideologías de enfrentamiento del fuerte contra el débil, la primera ideología se establece de forma implícita, en donde se constituyen *ganadores explícitos* y el principal *actante expreso perdedor*, Álvarez Rodrich; así lo manifiesta el titular inferior, el cual contiene la razón principal de la noticia: <<...se *rumorea* presión sobre el Grupo El Comercio desde el partido de la Estrella. Nuestro director se despide...>>. Al principal actante y perdedor explícito, hay una información adherida quienes lo acompañan en esta categoría como son sus compañeros de trabajo como símbolo de solidaridad y ética, el cual está representado en el subtitular superior. Por tanto desde este enfoque noticioso, se sugiere una atribución de responsabilidad al gobierno del APRA, al partido de la Estrella del gobierno de Alan García Pérez, por imponer su autoridad de forma injusta y anti-ética. Mediante estos elementos se puede obtener una lectura de gobierno anti-democrático *tácito*, es por esa razón que <<se *rumorea*>>; en cuanto al segundo actante principal aliado al gobierno estaría el Grupo El Comercio, dueño del diario Perú21.

2.- Discurso: A través del enunciado general, se establece una situación de conflicto entre dos actantes poderosos contra el actante principal y víctima directa, más otro grupo adherido como símbolo de solidaridad: El gobierno del *Apra* que están aliados con el Grupo El Comercio -dueños del diario ‘Perú21’- y el director periodístico de este diario, Álvarez Rodrich, y junto a él un grupo de columnistas. En esa misma línea aparecen también, el columnista Alberto Rospigliosi mediante la proposición general, <<Obviamente los

columnistas sacaremos nuestra web” y dentro de ese pequeño bloque está un subtitular inferior donde el enunciador expresa lo que agrega ese mismo actante secundario que solidariza con Rodrich en su renuncia, <<Rospigliosi cree que hay mano negra detrás de la salida de AAR// PAG.3>>. Esa misma página funciona como índice lingüístico a otra puerta cognitiva de información relacionada o adherida. Asimismo, el otro actante, Heduardo, tiene un espacio de crítica al gobierno mediante su pequeño bloque superior en la parte izquierda, <<”Si nos van a sacar que lo hagan con roche”>> (titular de ese pequeño bloque) y luego un subtitular inferior, <<Heduardo hace un llamado a todos los humoristas del diario// PAG.2>>, ese mismo pequeño bloque funciona como índice metalingüístico del reducido espacio de humor satírico que aparece en la parte superior central en el cual dos señores discuten acerca de la gobernabilidad y libertad de prensa en la cual lleva la firma de éste último: <<A: Tengo un spot bien bacán²⁷: “La verdad también es gobernabilidad”, ¿te gusta?//B: Sí pero úsalo cuando tengas tu propio diario>>.

A manera de agregar otra proposición de crítica, el enunciador coloca otra información relacionado al significado de abuso de autoridad a través de un recuadro informativo en la parte superior derecha, <<Tome sus precauciones>> como subtitular superior de ese ítem, el cual presenta al titular, prohibido criticar al gobierno por cumbre//PAG. 14>>, página de la cual también es un índice que abre otra puerta cognitiva que adhiere y lexicaliza el tema general de la portada de <<abuso de autoridad>>. Por tanto, este tipo de discurso representa el enunciado semántico de poder, donde el pez grande se come al pequeño.

Por otro lado, la forma lingüística del titular, <<Álvarez Rodrich deja Perú21>>, tiene doble función porque actúa como índice metalingüístico del escenario en conflicto, y al mismo tiempo como signo porque está en color rojo. El subtitular inferior, es la conjunción icónica del actante principal que tiene el papel de víctima en el discurso, <<Álvarez Rodrich>> y del grupo victimario, <<el partido de la ‘Estrella, el Apra’>>, quienes aparecen también al costado de la imagen de Rodrich a la misma altura de su imagen. Por tanto, este subtitular tiene la función de ser un índice metalingüístico de esas imágenes.

²⁷ *Jerga peruana que significa excelente, chévere, muy bien*

En cuanto a la construcción gramatical del titular, éste se presenta como simple y descriptiva, y encierra a su vez, un tipo de enunciado constatativo de valor performativo, es decir *performativo primarios*. No obstante, este mismo enunciado se puede convertir en *performativo explícito* al ser parafraseado con el verbo <<advertir>> o <<afirmar>>. Por tanto, <<Álvarez Rodrich deja Perú21>>, puede convertirse lingüísticamente de la siguiente manera: <<Afirmo que Álvarez Rodrich deja Perú21>>. Lo mismo sucede con el bloque del subtitular superior e inferior, es decir tales enunciados constatativos también contienen *valor performativo primario* pero también pueden ser *performativos expositivos*. Por consiguiente el subtitular superior e inferior se pueden leerse de la siguiente forma: <<Afirmo que también renuncian columnistas Manrique, Rospigliosi, Bruce, Basombrió, Tanaka, etc>>, <<Afirmo que crisis de los ‘Petroaudios se cobra una víctima en la prensa independiente. Advierto que se rumorea presión sobre el Grupo El Comercio desde el Partido de la Estrella. Afirmo que nuestro director se despide>>.

En cuanto a los recuadros informativos que aparecen en la parte superior de la portada, sólo se puede realizar la misma operación gramatical en las proposiciones que son enunciativas descriptivas o constatativas, las mismas que aparecen en los subtítulos de esos recuadros y son susceptibles a convertirse en *enunciados performativos expositivos* <<Advierto que Heduardo hace llamado a humoristas del diario. //PAG.2>>, de igual manera sucede con el otro subtitulo, <<Advierto que Rospigliosi cree que hay mano del gobierno detrás de la salida de A.A.A//PAG. 3>>. En cuanto al otro recuadro que no contiene *enunciados constatativos de forma activa, ya que el subtítulo es imperativo y el titular de ese bloque es más bien pasivo*, <<Tome precauciones>> y <<Prohibido criticar al gobierno por cumbre>>, se puede hacer la siguiente operación: <<Advierto que debe tomar precauciones>> y <<Advierto que gobierno prohíbe criticársele por cumple>>, de esta manera son enunciados *performativos expositivos pero de manera tácita*.

Por otro lado, el objetivo del diario -y también la de los periodistas que acompañan a Álvarez Rodrich en su renuncia *obligatoria*- es de reproche en contra de la actitud de obediencia de los dueños mayoritarios del diario- el Grupo El Comercio- y por consiguiente en contra del abuso de poder del gobierno del Apra. En este sentido, el diario se ve

imposibilitado ante tal decisión que viene de ‘arriba’. Por su parte, desde el punto de vista de los dueños mayoritarios, se puede leer que lo que buscan es mantener una relación de intereses creados con el gobierno y éste último de esconder los posibles ‘trapos sucios’ de su administración.

3.- Acción: En la estructura semántica de la noticia hay un desacuerdo general, sin embargo, es importante desglosar lo siguiente: existe un sub-acuerdo entre los actantes aliados, el Grupo El Comercio y el gobierno del Apra, en contra de la ideología del actante principal de la noticia y del grupo de periodistas que luego se le unen: Álvarez Rodrich y los columnistas. En este sentido, el actante principal de la noticia, aparece como un agente semi-pasivo porque no contiene ninguna declaración suya; no obstante, él se despide en la página 2 del diario. Por tanto, el actante semi-pasivo se convierte en un actante activo porque expresa sus opiniones como consecuencia de su salida intempestiva del diario, sólo que esas opiniones en el discurso de la portada son semi-explicitas, puesto que dicha *página* es una especie de *índice* de sus *opiniones*.

4.- Identidad/Pertenencia: El enfoque noticioso contiene dos ideologías principales, el primer grupo aliado: el gobierno del Apra con el Grupo El Comercio, es de crear intereses comunes que tiene por principio no revelar noticias incómodas al gobierno y no ofuscar a la opinión pública. En cuanto al segundo grupo aliado, el débil, lo establece el principal actante víctima directa de la primera alianza, el director de Perú21, Álvarez Rodrich y el grupo de columnistas que solidarizan con su salida eminente por cuestiones políticas. Por tanto este último grupo pertenece al bloque de resistencia y dignidad, de ahí la renuncia de varios compañeros de trabajo puesto que quieren dejar en claro sus valores en contra de la ideología de abuso de poder del primer grupo aliado.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): Por medio de la representación de la memoria episódica se establece un hecho concreto que pertenece al contexto político peruano, los hechos situacionales pertenecen a una estructura de reproche de los actantes débiles en contra de los actantes de abuso de poder por la naturaleza de su estatus. Por tanto, mediante la configuración semántica de este

contexto, el lector ajeno a la política peruana, puede rememorar otro hecho parecido en cualquier parte del mundo. La puerta cognitiva para que se produzca la relación del modelo episódico con el modelo semántico lo establece el titular en color rojo, <<Álvarez Rodrich deja Perú21>>, en conjunción con el lenguaje icónico de las dos fotografías enfrentadas, la del actante débil, la víctima directa que aparece arriba del titular, y el victimario principal, el gobierno del Apra, que aparece arriba del subtítular inferior. Por tanto, se reconstruyen hechos antiguos a través de la memoria episódica (modelo situacional actual), esquema del cual se entiende a partir de las proposiciones bien construidas y funcionales (modelo semántico)

6.-Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): Como parte de este modelo, los modelos de hecho o episódicos de reproche del grupo víctima en contra del modelo episódico de atribución de responsabilidad del otro grupo victimario, aparecen como elementos necesarios dentro del proceso discursivo, el cual maneja los temas de dignidad y valores vs abuso de poder y manejo de información. Por tanto, el lector al relacionar tales hechos, construye una realidad mental en la que ciertos elementos exógenos como información agregada a la noticia, la línea del periódico y la cultura socio-político del país, actúan de manera funcional en contribución al modelo contextual más real. De ahí que los modelos contextuales contienen dosis de objetividad pero también de subjetividad. En este caso, la estructura semántica del modelo contextual al manejar ideologías más universales, el lector define mejor su perspectiva y opiniones sociales de ese hecho en concreto.

7.- Modelos parciales: Según la conveniencia política del medio en relación con el actante victimario implicado en este tipo de noticias, el discurso e ideología casi nunca suele ser directo. Por tanto, en el caso del actante victimario principal –el gobierno, en donde lidera el partido del Apra-, no va manifestar ser el autor responsable de abuso de autoridad porque no le conviene. De ahí que el medio prefiere utilizar un estilo lingüístico indirecto: <<...se rumorea...>> en vez de <<expone, declara o expresa>>. Por consiguiente, esto puede ocasionar en el lector a formular interpretaciones en cuanto al rumor; aunque esté

sobreentendido la estructura semántica del poderoso y del débil.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): El modelo semántico de la portada es una lectura más que todo de reproche. En este sentido, tanto el grupo de actantes-víctimas como el grupo de actantes-victimarios, se interrelacionan de forma discursiva e ideológica, en donde al final hay un ganador y perdedor; situación de la cual, por representar un hecho injusto y de abuso de poder (estructura implícita), se establecen valores y actitudes de ética y solidaridad (estructura explícita). Por consiguiente, los modelos episódicos se interrelacionan con los modelos semánticos y de esta manera se obtiene rápidamente la noticia.

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad de ‘probabilidad’ de si el gobierno es o no el autor responsable de abuso de autoridad; y otra modalidad de ‘necesidad’ de hacer frente a ese abuso de poder mediante la actitud de reproche, renunciando al cargo periodístico.
- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, el predicado que más se acerca a un significado de descripción de los actores sociales figura en parte del bloque subtitular inferior <<...una víctima en la prensa independiente>> // <<Nuestro director se despide>>.
- Lexicalización, lo podemos encontrar en todo el bloque del subtitular inferior: <<Crisis en los “Petroaudios” se cobra una víctima en la prensa independiente. Se rumorea presión sobre el Grupo El Comercio desde el partido de la Estrella. Nuestro director se despide>>.

- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: Mediante el verbo <<...se rumorea>>, se le atribuye responsabilidad al actante principal victimario de forma indirecta al partido del 'Apra' que lidera en el gobierno. En este sentido, su rol principal es el de esconder los aspectos relacionados a la crisis de los 'Petroaudios'. En cuanto al otro argumento proposicional, el rol semántico del grupo actante vencido en el conflicto, es el de resistir de forma digna conforme a su ética periodística, dando como resultado la renuncia del director periodístico y la de otros compañeros de trabajo por solidarizarse con él.
- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta portada encontramos una forma de perspectiva general de vencedor-vencido, pero también de reproche digno, el cual es una situación que beneficia más al actante perdedor que al actante ganador, ya que se establecen posiciones de enfrentamiento de valores universales: abuso de poder, falta de ética y corrupción vs. ética, honor, verdad y solidaridad.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: La mimesis directa de la portada en sí, encierra un mensaje donde hay ganadores y perdedores, eso se deduce del lenguaje icónico y del titular <<Álvarez Rodrich deja Perú21>> y del subtítular inferior <<Crisis de los "Petroaudios" se cobra una víctima en la prensa independiente>>. Los otros ítems tienen la analogía lingüística del valor y la ética y también de protestad.
- Retórica: En todo el discurso existe una retórica argumentativa *epidíctica* porque de alguna forma *condena*, destierra, despide a Álvarez Rodrich del diario por haber publicado los "Petroaudios", una noticia muy sensible para el gobierno, y por el lado de la retórica persuasiva, éste es de enfoque de la retórica que está entre *Logos* y *pathos*, porque el argumento yace en el mensaje mismo, que establece una protestad a raíz de que despiden al director del diario dentro de sus ejercicios de

libertad de prensa; y al mismo tiempo pertenece a *pathos* porque apela a mecanismo afectivos con proposiciones *lexicalizadas*, así lo dice el subtítulo inferior, <<Crisis de los “Petroaudios” *se cobra una víctima* en la prensa independiente...>>. En ese sentido, el otro ítem que contiene un alto grado de lexicalización es el pequeño espacio de humor, por tanto aquí también se produce la retórica persuasiva de *pathos*. La mayoría de los demás ítems se apoyan en las evidencias sólidas del por qué despiden al Álvarez Rodrich y como consecuencia hay una necesidad de <<protestar>>, otra pequeña persuasión basado en *pathos*.

11.- Expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: De acuerdo a esta teoría, en esta portada se cumple de forma directa esta teoría ya que el bloque lingüístico principal remite al objeto representado, y el subtítulo también tiene esa función pero además también se enlaza directamente con el otro objeto que simboliza el grupo victimario, el partido de la <<estrella>>, *el Apra*. Los demás recuadros informativos, establecen también su relación directa con el objeto representado en el caso de las declaraciones de los actantes, pero en el caso del espacio humorístico tiene doble función, porque además de establecer una conexión directa con su autor, <Heduardo>>, también establece un vínculo con <<el escenario de abuso de poder>>; en cuanto al otro ítem que aparece de forma lexicalizada por el enunciador remite también a un espacio que contiene la misma característica.
- La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: Existe mirada compulsiva por la forma de los elementos discursivos distribuidos, ya que no solamente se intuye fricción entre los actantes víctimas y victimarios sino también, protesta y crítica a través de los actantes secundarios que tienen también el papel de víctimas, por tanto cada recuadro de esos titulares y subtítulos pequeños establecen puestas cognitivas hacia otros sub-escenarios del mismo escenario temático, como es el <<abuso de poder>>.

12.- Interacción

- El marco y foco: Debido a la construcción literal del titular, <<Álvarez Rodrich deja Perú21>>no hay un foco metaforizado propiamente dicho; sin embargo, en cuanto al subtítulo inferior, en la primera parte de éste, sí existe un *foco metaforizado*, <<Crisis de los “Petroaudios” se *cobra* una víctima en la prensa independiente>>. En este sentido, el marco sería la parte del sujeto principal y el foco que se ha metaforizado será el verbo <<*cobrar*>>, que en este caso significa <<*arremeter, perjudicar*>>. También se encuentra otro foco metaforizado en el recuadro superior, en la parte del subtítulo inferior: <<Rospigliosi cree que *haymano* del gobierno detrás de la salida de A.A.A>>, es decir el marco es el sujeto principal y el foco metaforizado está en el sujeto secundario, que en este caso es más bien algo compuesto, <<*haber una mano*>>, es decir de que <<*exista una intervención*>>.

13.- Proyección

- La experiencia sobre metáforas estructurales: Dado que este tipo de metáforas se relaciona con las emociones, actividades, acontecimientos, el titular tiene que ver con una condición sobre la pena amparado en un antivalor, <<del abuso del poder>>. Por consiguiente, el dominio meta sería, <<la muerte es una partida, o también el término de algo es una partida>>. En este sentido, se puede desglosar lo siguiente: <<Álvarez Rodrich finiquita sus servicios con Perú21 y se retira de ese medio>>. O también se acerca más al dominio meta de <<Toda discusión es una guerra>> pero de forma tácita, en donde el actante principal es el perdedor: <<Álvarez Rodrich *deja* Perú21 por crisis en los “Petroaudios”>>. En el mismo sentido, sucede lo mismo con el bloque inferior principal pero sólo que el dominio meta sí mantiene una relación más cercana con el dominio fuente, entonces <<Toda discusión es una guerra>>metaforiza a la proposición <<Crisis de los “Petroaudios” *se cobra* una víctima en la prensa independiente>>.

14.- Fusión Conceptual:

- Red de integración a través de redes de nivel único: En la parte del titular del recuadro informativo superior donde aparecen las declaraciones de Heduardo, se

encuentra una suerte de metáfora de fusión, y para ello, es necesario realizar los siguientes cambios gramaticales sin alterar su significado. Por tanto de la proposición de <<"Si nos van asacar que lo hagan con roche">>, al <<Heduardo a Perú21: "Si nos van a sacar que lo hagan con roche">>, establece un espacio de fusión entre dos condiciones antagónicas bajo una condición intermedia <<sacar con roche o vergüenza>>, la misma que se fusiona en el otro espacio mental de la suposición, <<nos vamos pero tú-el medio- estás cometiendo un delito de abuso de poder>>.

- Red de integración a través de redes de doble nivel bajo la plataforma de una *metáfora simple o de contigüidad*: Esto sucede en el recuadro superior humorístico, <<"Tengo un spot bien bacan, 'La verdad es gobernabilidad', ¿Te gusta?...<<Sí, pero úsalocuando tengas tu propio diario>>. Desde un inicio se ofrece un espacio del cual yace la metáfora que contiene la característica de contigüidad, y se extrapola hacia el contenido del diario, como parte de ella porque simboliza el valor de ese diario, mientras que el otro actante del dibujo sugiere un espacio mixto <<Sí se puede utilizarlo>> pero con la condición resultante de que <<sólo cuando tengas tu propio diario>>, es decir transgrede un mensaje lineal y lo convierte en otro sentido que se bifurca en valores condicionales.

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- Contigüidad/Similaridad: Existe similaridad en la conversación humorística, <<La verdad también es gobernabilidad>>, está realizando el proceso de igualar las características de un valor con un aspecto exterior que hace la función de valor.
- La catacresis en la metonimia/metáfora: Hay catacresis en la metáfora en parte del recuadro superior del actante secundario, Alberto Rospigliosi, en el subtitular inferior, <<Rospigliosi cree que hay mano del gobierno detrás de la salida de A.A.A>>, por tanto, aquí no es una relación por necesidad, puesto que el sema <<gobierno>><<no tiene manos>> pero sí contiene <<gente que funciona como contactos, redes>>.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- El color rojo es un símbolo/**signo/metáfora**: El titular <<Álvarez Rodrich deja Perú21>> es un enunciado litera pero que funciona como índice lingüístico de los subtitulares principales y secundarios y a la vez, funciona como índice metalingüístico porque remite al objeto representado principal, <<Álvarez Rodrich>>, el cual al estar tipografiado en color rojo establece ya un lenguaje más llamativo y genera atención, por lo tanto es un lenguaje metafórico, además de ser también signo (índice), por todo lo explicado anteriormente.

17.- Metáfora y humor

- Julio Casares y el <<Humorismo>> cognitivo: En el pequeño espacio de la parte superior se observa un recuadro humorístico que contiene una suerte de metáfora de fusión conceptual y que tiene que ver no tanto con el humor sino con el humorismo, lo que este autor lo conceptualiza como “la expresión externa del humor, mediante la palabra, el dibujo, la talla, etc”., es decir es un tipo de humor de alguna forma más pensante en donde intervienen ciertos elementos cognitivos asociativos que crean más planos mentales en su significado.

18.- **El Stadium y el punctum**: En esta portada, el *studium* sería la salida <<forzosa>> de Álvarez Rodrich del diario, lo cual se establece como un abuso de poder intolerable. En cuanto al *punctum*, sería el recuadro pequeño donde aparece el dibujo humorístico, ya que mediante la metáfora de fusión donde se apela más a la creación de más plataformas mentales, se crea un significado mejor construido, del cual hace reflexionar sobre la condición real que tiene el periodismo como actividad, los medios como papel en la democracia y la tarea de los gobiernos en función de establecer una relación sobre deber y derecho, sobre poder y democracia y hasta qué punto, los medios creen que deben <<relacionarse>> con el gobierno.

19.- Metáforas visuales

Metáfora contextual: En cuanto al discurso en general del enunciado, el titular que es un complemento del icono, conforman una premisa semántica dentro del contexto político peruano, del cual significa que el actante <<ha salido del diario por publicar los “petroaudios”, una noticia sensible para el gobierno de turno. Este tipo de discurso apela a lexicalizaciones mediante jergas peruanas, como son <<roche>>, <<bacán>>, por tanto más allá de la iconicidad, la estructura lingüística constituye una metáfora contextual; a esta plataforma se agrega el humorismo político peruano, en donde se construye una puerta cognitiva de escenarios dentro de la socio-política del país, los mismos que tienen que ver con los otros valores mencionados de forma directa e indirecta en los recuadros pequeños de la portada.

ALISTAN PROYECTO DE ALQUILER VENTA DE VIVIENDAS PARA PAGAR EN 40 AÑOS PÁG. 9

Perú 21
VIERNES, 18 DE NOVIEMBRE DE 2011
AÑO IX - Nº 3377
www.peru21.pe
DIRECTOR: HITEZ DUBOIS
VIAJES: S/ 0,70

ANTROPÓLOGO
Hallan extraña momia en el Cusco
PÁG. 18

DICE QUE SERÍA UN EXTRATERRESTRE

INAUDITO
Policías jugaban futbolito con narcos fuera de penal
PÁG. 16

MIS FINANZAS
Consejos de Dionisio Romero a los emprendedores
PÁG. 10

AUTOS.21
Mercedes Benz CLS 63 AMG
PÁG. 21

ENTREVISTA.21
"Hay hombres que no soportan que su pareja sea exitosa"
PÁGS. 14 Y 15
MARINA BUSTAMANTE GALARDONADA POR EMPRENDEDORA

HOY
ENVÍO OFICIO A MINISTRO PIDIENDO INFORME
ES LA JEFA

Titular de Energía dispuso que se respondiera requerimiento de Nadine Heredia. Palacio dice que solo se corrió traslado de un documento.
Oposición pide que se sincere actuación de primera dama. PÁGS. 2 Y 3

CARRERAS: INGENIERIAS, GESTION Y HUMANIDADES Call Center: 315-9666
12 DICIEMBRE CICLO INTENSIVO
Cepre UTP Centro Pre-Universitario
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ
CAMPUS UNIVERSITARIO UTP
Esquina Av. 18 de Julio con Av. Petit Thouars e-mail: cepre@utp.edu.pe / www.utp.edu.pe

1.- Contexto: Mediante la portada se establece un contexto de situación política-conflictiva entre la primera dama, Nadine Heredia, y el partido de oposición al gobierno de su esposo, el Presidente Ollanta Humala. Hay que aclarar que lo que se juzga en esta noticia es la acción de la señora Nadine Heredia, al solicitar información al Primer Ministro sobre un hecho en concreto -detalle que no se desarrolla en la portada- y que por tanto, el que debería realizar tal procedimiento es el jefe del estado peruano, Ollanta Humala. Por consiguiente, se deduce lo que los medios en general critican, de que el Presidente Humala no gobierna sino que <<Ella es la jefa>>, así lo señala el titular. De esta manera se constituye lo que se conceptualiza como <<gobierno de facto>> en vista de que <<Ella es la que manda>> dentro de Palacio de gobierno.

Por tanto, la portada asienta un lenguaje semiótico que revela una especie de <<cotilleo político>>, de <<dimes y diretes>>, entre los políticos que <<están con el gobierno>> y <<el partido de oposición>>, cuyo nombre no se presenta de manera explícita pero que se sobrentiende que es el partido de más historia en el país y que no gobierna: el APRA, el partido del ex presidente de Alan García Pérez. Este enfrentamiento se señala a través de los bloques de subtítulos principales en color blanco que son los que decretan la situación de conflicto: <<Titular de Energía dispuso que se respondiera los requerimientos de Nadine Heredia>>, <<Palacio dice que sólo se corrió traslado de un documento>>, <<Oposición pide que se sincere actuación de primera dama>>.

En este sentido, desde el punto de vista del medio, la noticia propone ideologías de enfrentamiento del partido que gobierna, <<el Partido Nacionalista Peruano>> contra el partido que desea gobernar más adelante, <<el APRA>>. De ahí que se puede deducir dos observaciones referentes al contexto político: Que dado que la naturaleza de este informe, el cual no desmerece que pueda ser un hecho importante; no obstante, no es un motivo noticioso como para que pueda aparecer en portada. Este hecho puede connotar la posibilidad de que exista una idea de poder entre el partido opositor y el medio, en vista que mediante este juego discursivo, gana el partido opositor; otra posibilidad es que esta noticia sea tomada también como <<una cortina de humo>>, implantado desde el medio.

A modo de observación, se agrega además que dentro de este tema tendencioso en la que se juzga la actuación de la primera dama y al mismo tiempo de su esposo, el Presidente Humala, existe un sub-tema latente que se puede connotar a través de la siguiente premisa: el feminismo Vs el machismo; es decir se confronta también a Nadine Heredia con Ollanta Humala, provocando de esta forma un conflicto dentro de la pareja presidencial.

En ese sentido, se examina también otra noticia pequeña que tiene relación indirecta con el sub-tema, la misma que es una entrevista establecida en color amarillo estridente, en cuyo titular reza de la siguiente forma <<Hay hombres que no soportan que su pareja sea exitosa>>, la pequeña nota sale en portada debido a que <<Marina Bustamente Galardoneada por emprendedora>> (subtitular inferior), representa la fuerza femenina que está cobrando representatividad desde hace unos años, en todas las esferas de la sociedad civil y también política en el país. Por tanto queda asentado el punto de vista tendencioso del medio.

2.- Discurso: A través del enunciado general, se establece una situación de conflicto entre dos actantes de grupos políticos, <<el Partido Nacionalista Peruano y el APRA>>, y de cuyo motivo de este enfrentamiento discursivo es la acción contraproducente de Nadine Heredia al solicitar información al Ministro de Energía mediante oficio. Esta situación adquiere más consecuencia política cuando éste responde a los requerimientos de la Primera Dama, así lo menciona en uno de los subtítulos inferiores establecidos en color blanco y fondo negro, <<Titular de energía dispuso que se respondiera requerimientos de Nadine Heredia>>.

Por tanto, este tipo de discurso representa el enunciado semántico de <<influencia de poder dentro del gobierno>>, pero más allá de esa deducción discursiva, se establece también la otra fuerza de influencias que tiene el APRA en la política del país.

Por consiguiente, la razón principal de la noticia yace no tanto en el titular sino en el subtitular superior, constituido en color blanco y fondo del color semiótico del rojo, <<Envío oficio a Ministro pidiendo informe>>, por tanto el titular principal es la consecuencia de ese hecho, el cual también está en color blanco; además de los subtítulos

inferiores en color blanco con íconos de ítems en el color semiótico del rojo pero bajo un fondo de color negro. En este sentido, se fija una suerte de índices lingüísticos y metalingüísticos en función a un mejor entendimiento discursivo textual. En cuanto a la imagen de la primera dama, Nadine Heredia, ésta aparece con una postura entre seria y calmada, posición que denota también liderazgo político.

Por tanto, a nivel icónico general, tanto la imagen de la esposa del Presidente Humala, como la distribución de los bloques lingüísticos, encierran un tipo de lenguaje que por su composición gráfica, es sobrio y sin ningún elemento novedoso; pero en cuanto al establecimiento de lenguaje de color sí es bastante estridente y a nivel semiótico pareciera ofrecer una suerte de <<ruido político escandaloso>>. En este sentido, el color rojo en el subtítulo superior genera un <<estado de alarma>> y el uso de los colores blancos en el titular y en los subtítulos superiores, lo apaciguan.

Referente a la construcción gramatical del titular, éste se presenta como simple y descriptiva, y encierra a su vez, un tipo de enunciado constataivo de valor performativo, es decir *performativo primario*. No obstante, este mismo enunciado se puede convertir en un *valor performativo expositivo* al ser parafraseado con el verbo <<advertir>> o <<afirmar>>. Por tanto, lo que el enunciador propone en una lectura indirecta es <<Advierto que Ella es la jefa>>. Lo mismo sucede en relación a los bloques de los subtítulos, <<Advierto que envío oficio a Ministro pidiendo informe>>; <<Afirmo que Titular de Energía dispuso que se respondiera requerimientos de Nadine Heredia>>, <<Afirmo que Palacio dice que sólo se corrió traslado de un documento>>, <<Advierto que oposición pide que se sincere actuación de primera dama>>.

Por otro lado, el objetivo del diario es provocar <<desacreditación>> de las funciones del Presidente Humala y demostrar que la que dirige y manda dentro de Palacio de gobierno es su esposa, Nadine Heredia. Por tanto, la prueba está en el subtítulo principal que señala un hecho y en uno de los subtítulos inferiores, que indica una consecuencia lógica, <<El Titular de Energía le responde a los requerimientos de la primera dama>>. De esta manera se demuestra la obediencia del Ministro hacia las órdenes de la esposa del jefe de estado,

Ollanta Humala. En este sentido queda instaurado, a nivel de rumor el escándalo y a nivel de limitación de las funciones por parte de la primera dama, Nadine Heredia, la imprudencia política de ella, así como la incapacidad de su esposo, el Presidente Humala, de dirigir , convirtiendo el régimen en un gobierno de facto.

3.- Acción: En la estructura semántica de la noticia hay un desacuerdo entre dos grupos políticos de poder, entre el gobierno de Ollanta Humala y el partido de oposición, el APRA, así lo indica *la relación textual y metalingüística* entre el *titular* y los *dos últimos párrafos de los subtitulares inferior*: <<Es la jefa>> aunque <<Palacio dice que sólo se corrió traslado de un documento>>, sin embargo, <<Oposición pide que sincere actuación de primera dama>>.

De ahí que la principal <<protagonista>> de esa suerte de escándalo político, Nadine Heredia, aparece también en desacuerdo al no <<admitir sobre ese acto contraproducente en cuanto a sus funciones>>, no obstante, en el *primer párrafo* del bloque de *subtitulares inferiores* aparece *la razón principal* por la cual se concluye que es <<La jefa>>: <<Titular de Energía dispuso que se respondiera requerimiento de Nadine Heredia>>.

4.- Identidad/Pertenencia: El enfoque noticioso contiene dos ideologías generales, el Partido Nacionalista Peruano, al cual el Presidente Ollanta Humala, pertenece; el gobierno del APRA, el Partido Aprista Peruano, quien lo lidera el ex-Presidente Alan García Pérez. Por tanto, entre estos dos agrupaciones se crean una serie de anticuerpos ideológicos ya que <<el que gobierna no desea que lo desacrediten>> y el que quiere gobernar en las siguiente período <<desea desacreditarlo>> para que luego no sea un candidato potencial para las elecciones presidenciales a futuro.

En este sentido, existe una especie de guerra discursiva entre estos dos partidos políticos, el motivo por el cual el partido opositor <<le denuncia>> yace en la intervención anti-funcional de la esposa del Presidente Humala, Nadine Heredia. Por tanto, de acuerdo a la plataforma semiótica del discurso, la primera dama, se convierte en un elemento apolítico para la imagen del jefe de estado. De aquí, que la acción de Nadine Heredia de intervenir en

actos más allá de sus funciones, revela que pertenece al grupo de mujeres líderes, con carácter pero al mismo tiempo impulsivas. Por tanto, referente a lo descrito, el Apra puede ver en ella una figura líder importante con un futuro político promisorio pero al mismo tiempo le puede significar como una suerte de <<conejiillo de indias>> para generar ruido político, protesta o quejas. Entonces, el Apra es una especie de <<juez que vela por las funciones democráticas>> y que el más mínimo componente anti-funcional o antidemocrático, se convierte en un feroz combatiente.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): Por medio de la representación de la memoria episódica se establece un hecho concreto que pertenece al contexto político peruano, los hechos situacionales forman parte de una estructura de denuncia y conflicto entre los actantes de los grupos políticos descritos y que tiene como <<elemento provocador discursivo>> a las acciones de la primera dama. Por tanto, mediante la configuración semántica de este contexto, el lector ajeno a la política peruana, puede relacionar este hecho en concreto con otra situación política foránea. Puede que la puerta cognitiva para que se produzca la relación del modelo episódico con el modelo semántico lo establezca el subtítulo principal en color de fondo rojo y tipografiado en color blanco, <<Envío oficio a Ministro pidiendo informe>>, en conjunción con el titular de color blanco. <<Es la jefa>> y el lenguaje icónico de la imagen de la primera dama, que aparece entre seria decidida, y calmada.

6.-Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): Como parte de este modelo, los modelos de hecho o episódicos de conflicto entre los dos grupos políticos, el Partido Nacionalista Peruano y el Apra, revelan el estado de que la política peruana es estridente, donde los partidos opositores al gobierno buscan aprovechar cualquier elemento anti-funcional para hacer de ello una especie de bulla política. Por tanto, el APRA como grupo opositor y además por ser uno de los partidos más importantes y antiguos del país, aparece como un elemento juzgador, de modo que busca generar controversia de un hecho, que si bien no deja de ser importante, puede que se le otorgue más importancia de lo que pueda realmente significar. Por consiguiente, por la forma y contenido de la portada, se critica la acción de la primera dama y al mismo tiempo se le

atribuye responsabilidad al Presidente Humala de manera indirecta, por su incapacidad de no saber tomar sus funciones como debe ser. Dentro del lenguaje semiótico propio del país más directo, este puede ser interpretado de la siguiente manera: <<Humala tiene que observar mejor las acciones de su esposa para que no se meta en donde no debe>>.

7.- Modelos parciales: Según el lenguaje discursivo de la portada en general, es más factible de que se pueden establecer modelos parciales debido a que la mayoría de los enunciados indirectos de los personajes relacionados a la noticia aparecen en contraposición, pero no hay una manifestación clara de la protagonista principal, Nadine Heredia del *por qué lo hizo*. Por tanto, el discurso invita a generar ideologías machistas dentro del lenguaje semiótico peruano, el cual se puede deducir del siguiente modo, <<Si el Presidente Humala no sabe gobernar a su mujer, tampoco podrá gobernar al país>>; o en el sentido contrario, la lectura semiótica puede otorgar ciertas ideologías feministas como, <<Si el jefe de estado no tiene los pantalones puestos, Nadine puede tomar ciertas funciones de las que su esposo no puede dar la cara>>.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): El modelo semántico de la portada es una lectura más que todo de denuncia y de reproche. En este sentido, se le reprocha a la actante principal del discurso, Nadine Heredia por tomarse las funciones administrativas y políticas de su esposo. A partir de esta deducción, la víctima principal en este tipo de discurso no es tanto la figura de la primera dama sino de su esposo, el Presidente de la República, ya que más allá del hecho contraproducente de la esposa del jefe de estado, la intención del medio es desestabilizar el rango político de Ollanta Humala como Presidente de gobierno. Por consiguiente, este hecho episódico se narra a través de modelos semánticos debido a las actitudes y valores de los actantes en el discurso. En este sentido, la memoria episódica en función a la noticia se apoya en este tipo de estructuras más generales, más semánticas, para entender mejor la trama de este tipo de informaciones conflictivas.

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad de ‘necesidad’ de tener a la esposa del Presidente, Nadine Heredia, como un foco desestabilizador a la función del jefe de estado, y es por eso que este tipo de noticias figuran en portada.
- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, el predicado que más se acerca a un significado de descripción de los actores sociales figura en el titular <<Es la jefa>>.
- Lexicalización, lo podemos encontrar en todo el bloque del subtítular inferior: <<Titular de Energía dispuso que se respondiera requerimientos de Nadine Heredia>><<Oposición pide que se sincere actuación de primera dama>>.
- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: Mediante la frase en el titular <<Es la jefa>>, se le atribuye responsabilidad a la actante principal del discurso, Nadine Heredia, por tomarse funciones que no le competen, de este modo también se le atribuye responsabilidad de forma indirecta a su esposo, el Presidente Humala, por no saber llevar de forma adecuada sus tareas principales.
- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta portada encontramos una forma de perspectiva general de crítica y de reproche hacia la forma como el Presidente Humala está gobernando, ya que se ofrecen lecturas semióticas de que el jefe de estado no está cumpliendo con sus obligaciones principales y que debe ser ÉL quien lleve las riendas políticas administrativas del país y no su mujer.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: A diferencia de las portadas anteriores, la mimesis entre el ícono y el bloque lingüístico se produce a menor grado, destacándose más la relación que hay entre el titular y la imagen. Por tanto, <<Es la jefa>> es un tipo de analogía cognitiva metalingüística con la forma gesticular de la actante principal, la cual denota seriedad y liderazgo.
- Retórica: En todo el discurso existe una retórica argumentativa *epidíctica* porque de alguna forma se *condena o critica*, a la primera dama como una persona contraproducente al tomar funciones que no debe dentro de la política, de ahí el titular, <<Es la jefa>>. Por el lado de la retórica persuasiva, este enfoque contiene al concepto de *Logos* dado que el argumento del por qué <<Ella es la que manda>> figura en los subtítulos superior e inferior. En este sentido, se puede mencionar también que hay un grado menor del enfoque retórico de *Pathos*, en vista de que el titular principal aparece lexicalizado en conjunción con la imagen del personaje, en este sentido se apela a la emociones del lector en menor medida.

11.- Expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: De acuerdo a esta teoría, en esta portada se cumple de forma directa el complemento que existe entre el titular <<Es la jefa>> y el ícono sobrio de la primera dama, que de alguna manera simboliza sobriedad y liderazgo. En cuanto al bloque de los subtítulos, éstos se enlazan de manera cognitiva debido a su función de índices y que por tanto también establecen esa otra parte significativa para entender mejor el mensaje en la noticia.

12.- Interacción

- El marco y foco: Debido a la construcción literal del titular y del bloque de los subtítulos no hay un foco metaforizado propiamente dicho. Por tanto ningún elemento lingüístico es analizable en este ítem.

13.- Proyección:

- La experiencia sobre metáforas estructurales: En este tipo de discurso, el dominio meta que más se aproxima es <<Toda discusión es una guerra>> pero de una manera indirecta, ya que mediante la crítica que se le hace a la primera dama, también se le está criticando al Presidente Humala; por tanto, el enunciador juega con elementos discursivos argumentativos y expone a través de ellos, de manera tácita <<la incapacidad del jefe de estado>> de establecer y dirigir sus funciones como tal, de esta forma, el Presidente Humala, la primera dama y el Partido Nacionalista Peruano aparecen como perdedores. De toda esta lectura semiótica se puede establecer el siguiente enunciado: <<El Presidente Humala descansa de sus funciones y le toma la posta, Nadine>>. En este sentido <<Toda discusión es una guerra>>metaforiza a la proposición semiótica general antes descrita. Por tanto, el ganador es el enunciador y también de manera indirecta el partido opositor, el APRA.

14.- Fusión Conceptual:

- Red de integración a través de redes de nivel único: De toda la lectura semiótica se puede deducir el siguiente enunciado en función a la demostración de que en este discurso existe también una metáfora de este tipo: Nadine Heredia, la nueva jefe de estado: se encontraron evidencias políticas a través de envío de oficio a Ministro de Energía.

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia:

- Debido a la literalidad de los bloques lingüísticos, ningún elemento textual es analizable en este punto.

16.- El color rojo como atributo metafórico:

- El color rojo es un símbolo/**signo/metáfora**: Dentro del bloque del subtítulo principal, <<Envío oficio a Ministro pidiendo informe>> yace el color de fondo semiótico del rojo, el mismo que establece que ese enunciado es la parte textual más importante de todo el discurso lingüístico en la portada porque de ahí parte el origen de la noticia. Por consiguiente, se puede observar el seguimiento semiótico a través del ícono del <<ítem>> al costado de cada enunciado dentro del bloque inferior, de esta forma, se produce una especie de *feedback* de índices metalingüísticos.
- El color blanco como complemento apaciguador del rojo: En este tipo de portadas, se juega entre el rojo y blanco, pero se destaca de sobre manera el color blanco en la tipografía dado que le otorgue menos grado de <<alerta>> ante el hecho noticioso que yace en el subtítulo principal.
- Además, también se destaca el color negro como fondo de los subtítulos inferiores, del cual denota la parte más conflictiva del discurso semiótico.

17.- Metáfora y humor

- En este punto no se encuentra ningún elemento metafórico humorístico analizable.

18.- **El Stadium y el punctum**: En esta portada, el *studium* sería el rostro de la actante principal, porque connota características no verbales en relación a ese gesto sobrio y serio, tales como carácter, fuerza, practicidad y liderazgo. En cuanto al *punctum*, lo que punza o hiere, sería el titular, <<Es la jefa>>, en conjunción con el subtítulo principal, << Envío oficio pidiendo informe>> y la imagen del personaje principal descrito dentro del *studium*. Por tanto, de alguna manera, se produce una suerte de interés cognitivo por conocer más hechos de lo que se presentan, y al mismo tiempo otorga una posibilidad de modelos

mentales sobre su rango y sus funciones verdaderos dentro de Palacio de gobierno. De manera indirecta se crea una premisa de si <<Ella es la jefa de gobierno y no su marido>>.

19.- Metáforas visuales

Metáfora contextual: En cuanto al discurso en general del enunciado, el titular que es un complemento del icono, además de la composición de los bloques lingüísticos y la utilización de colores fuertes, conforman una premisa semántica de contexto político peruano, del cual indica que es un discurso, más allá de conflictivo, estridente y bullicioso. En este sentido, esta estructura discursiva es una especie de analogía semiológica de la sociedad peruana, y por ende de los modos en que discurren la comunicación entre las personas, en este caso, de las formas como un grupo de políticos se enfrentan a otros.

4.- CONSECUENCIAS ECONÓMICAS

4.1.-Titular: Dólar se cae

Fecha: 28 de junio del 2010



1.- Contexto: La portada ofrece una lectura discursiva de pérdida o descenso económico, en este caso se trata de que <<el dólar baja en su cotización>> y con ello también se reduce las ganancias de las personas que trabajan con la divisa estadounidense. Por consiguiente, la caratula informativa representa un contexto económico-social de cuyos marcos socio-semióticos se mueven entre una estructura de caída tanto a nivel lingüístico como icónico.

El hecho de que este tipo de noticias figure en la portada es porque el mundo económico internacional gira en torno al dólar y porque el mercado de negocios en el Perú tiene una fuerte correspondencia socio política con Estados Unidos, uno de los campos referentes es <<El Tratado de Libre Comercio>> firmado entre ambos, por mencionar alguno. En este sentido, todo tipo de noticia relacionada con el dólar va ser siempre de especial interés y más aún cuando éste tiene caídas estrepitosas. Por tanto, el que figure en S/. 2.75- antes el tipo de cambio solía estar entre los S/. 3 (soles) a más- tiene una connotación más que económica y que comprende también contextos socio-políticos, en mayor o menor medida. Por consiguiente, el filtro institucional nacional que observa y analiza tales elementos es el Banco Central de Reserva (BCR); además de las principales instituciones bancarias, el Ministerio de Economía, y la Bolsa económica peruana.

Desde el punto de vista del diario, lo que se sugiere es apaciguar de algún modo, el temor de los inversionistas y toda clase de mercados que se muevan con el billete estadounidense ya no tanto frente a un descenso de ésta sino también frente a una posible subida en función a trasfondos político-social internos como es el caso de las elecciones presidenciales, así lo indica el subtítulo inferior, <<Prevén que campaña electoral no implicaría una alza en la cotización de la divisa norteamericana>>.

2.- Discurso: A través del enunciado general, <<Dólar se cae>>, se establece una estructura semiótica de alarma socio-político económico, así lo constituye el color rojo en el cual está tipografiado la palabra <<Dólar>>. De esta manera, el <<billete verde>> se convierte en el personaje principal de la noticia y su <<caída>> en el mercado de divisas está representado por el deslizamiento más abajo del lugar de donde debería estar la figura de George Washington.

Por consiguiente, <<este descenso>> del dólar cobra una mayor significación dado que no es el billete propiamente dicho que se hunde o se desprende, sino que es el propio George Washington que se cae, quien fuera el Primer Presidente de los Estados Unidos, lo cual puede connotar que el país más poderoso del mundo está pasando por algún problema económico.

En la parte superior yace la información más concreta de la portada, y por tanto la que interesa más a nivel económico, <<Billete verde cerraría este año en S/. 2.75 estiman bancos y especialistas>>, de ahí que la cantidad está contenido en el color semiótico del rojo, porque es la lectura que más interesa.

En cuanto al lenguaje de colores, como se ha podido observar en anteriores portadas, además del color más representativo y simbólico como es el rojo, están el color blanco y negro, los cuales le dan cierto respiro ante una lectura de alarma, y de luto o término de algo respectivamente.

Por tanto, en lo que respecta al titular <<Dólar se cae>>, según los colores establecidos, fija una condición *de preocupación* o de *alarma* por estar contenido en el color rojo, pero también le otorga cierta tregua o aminora ese lenguaje de alarma establecida a nivel icónico porque esa otra parte yace en color blanco, además que esa parte lingüística que contiene al color claro se relaciona con el enunciado inferior, el mismo que indica cierta calma a nivel más argumentativo, <<Prevén que campaña electoral no implicaría una alza en la cotización de la divisa norteamericana>>.

En cuanto al color negro que descansa sobre el bloque superior lingüístico en la mayor parte, guarda también una relación socio-semiótica con el fondo de la figura del dólar, que indica que además de <<caer>> es como si se estuviera <<muriendo>> a nivel económico, el cual señala también que su <<poder monetario>> ya no simboliza tanto como en décadas anteriores del siglo pasado. Por tanto, en el subtítulo, -el cual también contiene una parte en color rojo que es la cantidad, S/. 2.75 y que establece una relación icónica con la palabra

<<Dólar>>-, se observa la relación de luto y que de alguna manera lo manifiesta de la manera más racional, <<Billete verde cerraría este año en..., estiman bancos y especialistas>>.

En cuanto a nivel gramatical, se contempla que los enunciados constatativos de la portada, como en casi todos los anteriores temas analizados, también contienen un alto *valor performativo intrínseco de forma expositiva*, y en el caso del bloque superior, *éste doblega su calidad* porque dentro de ese enunciado se cuenta con las figuras que respaldan esa indicación, además de la afirmación indirecta del enunciador: <<*Afirmo* que billete verde cerraría este año en S/. 2.75, *estiman bancos y especialistas*>>; lo mismo sucede con el titular y el subtítular inferior respectivamente: <<*Afirmo* que dólar se cae>>, <<*Advierto* que prevén que la campaña electoral no implicaría alza en la cotización de la divisa norteamericana>>.

Por tanto, el objetivo del medio es crear un lenguaje alarmante de manera semiótica a nivel icónico y lingüístico, ya sea expositivo e implícito; y al mismo tiempo reduce ese enunciado alarmista con componentes humorísticos en la forma; la parte más dramática o seria de la portada yacen en el subtítular principal y en la parte inferior. En esta última parte de la información, se intenta relacionar el trasfondo político-social de la campaña electoral con una posible alza del dólar, con lo cual sugiere una cierta advertencia o persuasión indirecta sobre la actitud de los candidatos presidenciales en relación con las políticas y economías instauradas por Estados Unidos.

3.- Acción: En la estructura semántica de la noticia, hay un acuerdo general entre todos los elementos semióticos de que <<el dólar se cae>> y que incluso una campaña política presidencial, de la cual ya se conoce el trasfondo político, no implicaría una alza sobre éste, así lo indica en la parte inferior de la información.

4.- Identidad/Pertenencia: El discurso narrativo de la portada comprende un escenario general económico sobre el descenso del dólar, en el cual se establece también un sub-tema que es el político-social como es la campaña electoral. De esta manera se otorga

indirectamente un enfoque visionario preventivo en la economía del país y persuade de forma implícita en el comportamiento de los candidatos en relación a la política económica del país más poderoso del mundo.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): La portada ofrece dos lecturas semióticas de las cuales se informan sobre dos hechos episódicos del país, como es el económico sobre el <<dólar que se cae>> y también político-social como es <<la campaña electoral presidencial>>. En este sentido, la forma como se informa este tipo de noticias contiene una plataforma semiológica semántica y creativa, ya que comprende elementos dramáticos y al mismo tiempo, humorísticos generales.

6.-Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): En este punto, el contenido del modelo contextual es tan general, que debido a la estructura de la portada, ésta también guarda relación con parte de los modelos semánticos constituidos en las experiencias socio-discursivas del lector. Por tanto, la noticia más general, podría catalogarse como <<la caída del dólar>> y las noticias más específicas, <<la campaña electoral presidencial>>.

7.- Modelos parciales: En cuanto a la noticia episódica más general puede que se genere una suerte de modelos parciales en relación a que <<esa caída del dólar>> marque ideologías económicas impuestas desde el exterior y que por tanto, no hay mensajes claros del por qué se <<desestabiliza el dólar>>. El enfoque cobra de alguna manera mayor jerarquía ideológica desde afuera al mencionar que <<el dólar no sufriría ningún aumento>> durante la campaña electoral.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): Este tipo de noticia encierra un concepto de memoria episódica por remitirse a un modelo mental y contextual; no obstante, una de esas noticias está revestida de una simbología estadounidense como es el <<dólar>> y <<la caída de George Washington>> pero que remite a que ese descenso del billete verde ocurre dentro de la

economía peruana.

La otra noticia contextual yace dentro ese mismo marco de modelo semántico, una noticia política que le pertenece sólo al contexto peruano como es la campaña electoral presidencial, pero que de alguna forma, también está condicionada indirectamente con la situación del <<dólar>>. Por tanto, tanto a nivel icónico como de trasfondo noticioso hay una retroalimentación transparente ya que ambos modelos coexisten dentro de una sola estructura semiológica que connota la situación del dólar, de su devaluado precio y que al mismo tiempo, su situación económica condiciona a elementos políticos internos y viceversa. En este sentido, se produce velocidad cognitiva a través de este modelo semántico que comprende elementos semióticos humorísticos, como es <<la caída icónica de George Washington>> en conjunción con el titular verbo-visual establecido en el color semiótico del rojo.

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad tal vez de ‘necesidad’ en la construcción del titular, <<Dólar se cae>> para fijar una lectura semiótica más rápida en conjunción con la imagen.
- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, el predicado que más se acerca yace en su titular <<...se cae>>
- La lexicalización aparece en el titular <<Dólar se cae>> y en su imagen que denota lo mismo pero de manera icónica.

- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: Toda la estructura semántica establece una lectura económica y de manera más indirecta política de éxito y felicidad. Por tanto, los roles semánticos dentro del discurso lo constituyen las entidades bancarias, los especialistas económicos y también, de manera implícita todos los implicados en la campaña electoral presidencial.
- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta clase de portadas encontramos una perspectiva de semántica discursiva (lexicalización) por la forma como está estructurada, a nivel icónica y a nivel del titular. En este sentido, los puntos de opinión se traslucen a través del titular, y a nivel icónica que es la estructura que encierra el punto más alto de esa significación. Las demás proposiciones argumentales en los subtítulos se muestran más cautos al informar, como suelen ser los informes económicos.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: En este tipo de portada hay una mimesis directa, ya que el titular <<Dólar se cae>> contiene la misma significación lexicalizada en la parte icónica. Por tanto hay un grado elevado de analogía semiótica, al punto de poder decir que esa lexicalización tiene mayor peso semiótico en la imagen, porque es el propio George Washington que <<se cae>> y no tanto el billete verde. De todas formas, existe poética semiótica entre ambas estructuras discursivas.
- Retórica: El titular está contenido dentro de una *retórica argumentativa epidíctico* porque de una manera sutil condena que el <<Dólar se cae>> y por la forma como está construido, por ser un titular verbo-visual, apela mediante *pathos* al drama. En el bloque superior yace el recurso retórico de *logos* debido a que contiene evidencias sólidas de que el dólar ha depreciado su valor y está en S/. 2.75, así lo dicen <<bancos y especialistas>>. En cuanto al subtítulo inferior, <<Prevén que campaña electoral no implicaría un alza en la cotización de la divisa norteamericana>>, encierra un enfoque retórico entre *logos* y *pathos*, ya que se indica de manera más racional el mensaje pero al mismo tiempo contiene un

elemento intrínseco emocional al referirse como un posible elemento condicionante el alza del dólar a la campaña electoral.

11.- Expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: De acuerdo a esta teoría, en esta portada, se produce una redundancia semiótica para una lectura más rápida.
- La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: El enunciado general es un titular verbo-visual que unido a la imagen, que contiene elementos humorísticos, puede producir una mirada compulsiva de querer leer el artículo de una manera más entretenida.

12.- Interacción

- El marco y foco: Por la naturaleza de la construcción del titular no hay un marco ni un foco propiamente dicho. Tampoco se haya en el subtítular superior ni inferior.

13.- Proyección

- En este apartado no hay proposiciones que encierren este campo metafórico de forma sustancial. Por tanto, no son susceptibles de ser analizadas.

14.- Fusión Conceptual:

- Red de integración a través de redes de único nivel: En función a una mejor exposición de esta teoría, se realiza el siguiente ejercicio, tanto a nivel del titular en conjunción con el subtítular superior; y del titular en relación con el bloque inferior:
<<Dólar se cae: Bancos y especialistas estiman que este año cerraría en S/. 2.75>>
// Bancos y especialistas: Prevén que campaña electoral no implicaría un alza en la cotización del dólar

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- Ni el titular ni en los bloques informativos son susceptibles a ser analizados en este ítem.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- El color rojo es un **símbolo/signo/metáfora**: Parte del subtitular superior <<S/. 2.75>> y parte del titular, <<Dólar>> comparten el color semiótico del rojo, del cual se establece de manera automática la relación lingüística y metalingüística, de esta manera se produce una pertenencia semiótica más rápida para el lector.
- El color blanco y el color negro, también comparten relaciones semióticas, ya que dentro del lenguaje discursivo establecen cierta calma y respiro, en la parte del titular <<...se cae>> y en todo el subtitular inferior, <<Prevén que campaña electoral no implicaría un alza en la divisa norteamericana>>.

17.- Metáfora y humor

- La sátira icónica y lo humorístico : El titular propiamente dicho no representa contenido humorístico pero en cuanto se relaciona con la imagen, dado que se establece una analogía semiótica, se produce una suerte de sátira icónica debido a la exageración en cuanto a la literalidad de la expresión <<caer>>, ya que no se cae el billete en forma de avión sino que es el mismo personaje que yace dentro del billete estadounidense, George Washington; por tanto hay una exageración semiótica al querer <<iconizar>> tal cual <<lo que dice el titular>>.

18.- **El Stadium y el punctum**: En cuanto al *studium*, éste sería la palabra que contiene el color semiótico del rojo en el titular <<Dólar>> y la cantidad <<S/. 2.75>> que comparte el mismo lenguaje del color, el cual descansa en el subtitular, ya que indica directamente a cuánto <<desciende el dólar>>. En este sentido, se puede comparar con otros precios de años anteriores, que casi siempre se mantenía en S/. 3.00 e incluso estaba por encima de ese precio, entre S/. 3.20- S/. 3.50. En relación al *punctum*, lo que hiere o punza, podría ser una suerte de studium pero más

dramático y si debido a una especie de factores foráneos ajenos a la política peruana, el dólar seguiría bajando. Por tanto, los mercados que trabajan con la divisa estadounidense quedarían perjudicados y esto condicionaría a cambiar las leyes de juego económico en la relación a las políticas entre Estados Unidos y el Perú.

19.- Metáforas visuales

Metáfora contextual: En este punto, se interpreta una circunstancia económica que acontece dentro del país pero a través de otra representación más general como es el dólar estadounidense, hay una fusión conceptual de conceptos que al mismo tiempo proyecta un solo mensaje, que <<el dólar se cae>> por medio de la figura de George Washington.

Metáfora híbrida: En cuanto al discurso en general del enunciado, hay un elemento humorístico que sobresale a grandes rasgos y es la figura de George Washington que desciende, como si se escondiera. Por tanto, la figura que debería estar estática en el lugar correcto, cobra vida y aparece en la parte inferior del billete donde sólo se le ven los ojos. Esta acción de otorgarle <<movimiento en una especie de pudor económico>> establece al mismo tiempo, que el mismo billete pasa de su condición de objeto hacia algo más personalizado, en definitiva es un tipo de metáfora multimodal porque ofrece lecturas de movimiento.

4.2.-Titular: US\$ Perdimos 67,203 millones Fecha: 28 de junio del 2015



1.- Contexto: La portada establece una estructura de pérdida de grandes cantidades de dinero, así lo indica el titular <<US \$ Perdimos 67,203 millones>>, y con ese mensaje también se abandonan las esperanzas de crecimiento macro-económico, así lo dice el subtítulo principal e inferior, << A menor minería, menor crecimiento>> y <<El país dejó de crecer, en promedio, 2.3 % al año por 15 proyectos mineros no ejecutados>>.

A modo de agregar, es necesario indicar que el Perú es un país potencialmente minero puesto que se encuentra entre los primeros 15 productores a nivel mundial no solo de minerales metálicos sino también de no metálicos. No obstante, este recurso industrial representa también la <<otra cara de la moneda>> dado que la sobreexplotación de éstos y sin la consideración mínima ambiental y social en relación a la gente que vive alrededor de estos yacimientos, tiene como consecuencia graves conflictos entre los pobladores de la zona y las grandes corporaciones extranjeras en conjunción con el estado. Un ejemplo de ello es la minera <<Yanacocha²⁸>>, situado en el altiplano de Cajamarca, una provincia del Perú.

Por tanto, la noticia es un contexto económico pero también revela componentes discursivos en torno a un establecimiento de una política económica en favor de la explotación minera, en este sentido el medio persuade al lector, de manera más racional y deductiva para generar aceptación en la opinión pública.

2.- Discurso:El mensaje es simple y unidireccional, por tanto hay una sola estructura en la lectura, la cual se intenta condicionar a la opinión pública: <<A menos minería, menor crecimiento>>, la misma que yace en el subtítulo superior. En este sentido, se establece una proposición condicional en relación a la producción minera más allá del <<otro

²⁸ Según la OCMAL, Observación de Conflictos Mineros de América Latina, <<Yanacocha>> es la mina de oro más grande de la región y la segunda a nivel mundial. Desde hace varias décadas le pertenece a la multinacional *Newmont Mining*, la cual luego de realizar una serie de funcionamientos, ha desencadenado al mismo tiempo graves problemas ambientales, además de expropiaciones de tierras de los lugareños. Debido a ellos es que se originan graves enfrentamientos entre los campesinos de la zona y los trabajadores de esa empresa: <https://www.youtube.com/watch?v=USk4XOByu48>

contexto>> indicado en el punto anterior. De ahí, el estado del titular, <<US\$ Perdimos 67,203 millones>> en color rojo con bordes blancos, bloque textual que señala un lenguaje de <<emergencia>> o <<peligro>> y que añade a la noticia, la <<pérdida millonaria>> como consecuencia. Es importante indicar que los subtítulos lingüísticos mantienen una relación metalingüística dado que comparten el color blanco, además en el bloque inferior yace el desarrollo de lo que se dice en el subtítulo superior. Dentro del apartado inferior, yace una serie de índices que son los números de páginas <<2, 3, y 4>>, las cuales son formas metalingüísticas porque contienen información y el índice lingüístico <<Suplemento>>.

Por tanto, el titular es la construcción discursiva de la consecuencia de los subtítulos, mientras que la estructura icónica remite al color del oro, dado que se refleja un minero en función de sus labores bajo un fondo de color amarillo fuerte.

En relación a la elaboración de los enunciados, como en anteriores portadas, éstos que de por sí tienen la función de constatación, también contienen un alto grado de *performatividad expositiva indirecta*, analicemos primero el titular: <<Perdimos US\$ 67,203 millones>> se puede transformar en lo siguiente para mostrar su condición *performativa* indicada, <<Afirmando que hemos perdido US\$ 67,203 millones>>; en cuanto a los subtítulos se observa que también presentan la misma condición: <<Advierto que a menor minería, menor crecimiento>> y <<Advierto que el Perú dejó de crecer 2,3% al año por 15 proyectos mineros no ejecutados>>.

A nivel de la estructura discursiva de modo general, el enunciador establece una suerte de *performatividad* de tipo *judicativos o veredictivos*, ya que diagnostica una millonaria pérdida económica por no ejecutar los proyectos mineros mencionados en el bloque textual inferior, el cual se resume en el titular en letras grandes y en color rojo <<US\$ Perdimos 67,203 millones>>.

Por tanto, el objetivo del diario es <<persuadir>> con una retórica juiciosa sobre <<desventajas de crecimiento a nivel macro-económico>>, enfoque que señala al mismo

tiempo el tipo de ideología del medio, puesto que no muestra <<la otra cara>> de la problemática de la minería, que abarca no sólo datos económicos sino también contextos sociales en conflicto de esas zonas rurales.

3.- Acción: En la estructura semántica de la noticia, dado que el único actante es la <<minería peruana>> y ésta aparece como víctima del discurso, no hay un acuerdo entre actantes propiamente dicho pero lo que sí se observa es que el enfoque del enunciador que yace sobre los enunciados indicados. Por tanto establece un solo modelo cognitivo que es la <<pérdida millonaria>> en la economía peruana por no aprobar decretos para la producción de la minería.

4.- Identidad/Pertenencia: El discurso narrativo de la portada comprende un solo escenario, el cual constituye una ideología de alguna manera capitalista dado que el único tema es la explotación de los recursos minerales sin tener en cuenta la contracara de esa situación como son las consecuencias de la minería en lo social y políticas ambientales. Por tanto, es un discurso unidireccional sin más componentes discursivos que el de la importancia y necesidad de que se aprueben leyes en favor de la explotación de este recurso económico. No obstante, puede que en los referentes de los índices o el <<Suplemento>> se mencione acerca de esa problemática socio-ecológica.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): La portada implanta elementos discursivos de la situación económica social en el país en relación a la minería. El titular instala de manera inmediata el eje de la noticia y los titulares conforman la base semántica de ese enfoque. Por lo tanto, este tipo de modelo situacional tiene que ver también con modelos semánticos rápidamente accesibles al lector pero que esconden parte de <<ese lado que no se ve>>

6.- Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): El titular representa el resumen semántico de toda la noticia, por lo tanto yace en él parte de la memoria episódica referente a la problemática de la minería, el cual a su vez es un modelo contextual que remite a modelos contextuales pasados relacionados que están dentro de la memoria semántica, como por ejemplo la <<otra cara>> de esa noticia, ejemplo, las

consecuencias de la explotación de la minería cuando no hay una adecuada responsabilidad social por parte de la empresa. Por consiguiente, este modelo contextual actual se relaciona en todos los ámbitos cognitivos referentes que pueda traer a la memoria la problemática real de la minería en el país.

7.- Modelos parciales: El discurso ofrece un solo ángulo, que es de la inversión económica en el campo de la minería y que, por tanto esa es la única forma de <<crecer>> en el país. Bajo el titular que denota una especie de estado de emergencia: <<US\$ Perdimos 67,03 millones>> se persuade a la opinión pública a través de un modelo económico que pertenece más a una ideología capitalista, la cual fomenta la adquisición de dinero extranjero pero que no aseguran valores de solidaridad con ese <<otro contexto>> que se esconde en este tipo de modelos cognitivos. En este sentido, la noticia contiene modelos parciales en vista de que no se consideran otros enfoques que pueden ayudar a un mejor entendimiento y ofrecer posibles soluciones que sean sostenibles dentro del complejo contexto, que signifique un real desarrollo económico, en la que todos salgan beneficiados.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): Este tipo de noticia encierra más el concepto de memoria episódica por remitirse a un modelo contextual de la problemática de la economía peruana. No obstante, los marcos cognitivos en la forma como se transmite la noticia, pertenecen a modelos semánticos. Éstos contienen enunciados claves como el titular <<US\$ Perdimos...millones>>, la proposición condicional del subtítulo superior, <<A menos minería, menor crecimiento>>, la misma que se apoya en la retórica racional, <<El país dejó de crecer 2.3% al año por 15 proyectos mineros no ejecutados>>.

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad tal vez de ‘necesidad’ en la construcción del titular, <<US\$ Perdimos 67,203 millones>>

- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, el predicado que más se acerca a un significado de descripción de los actores sociales recae en el subtítulo inferior: <<El país dejó de crecer 2,3% al año *por 15 proyectos mineros no ejecutados*>>.
- La lexicalización aparece en el titular <<US\$ Perdimos 67,203 millones>>, <<A menor minería, menor crecimiento>> y <<El país dejó de crecer 2,3% al año por 15 proyectos mineros no ejecutados>>.
- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: Toda la estructura semántica establece una lectura de proposición condicional que es apoyada mediante enunciados dramáticos en cuanto a desaceleración económica si se siguen anulando proyectos mineros.
- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta clase de portadas encontramos una perspectiva de semántica discursiva (lexicalización) mediante el titular dramático y los argumentos proposicionales, por lo tanto, los puntos de opinión del enunciador son de ideología derechista, que fomenta la inversión extranjera bajo un enfoque que no consideran políticas sociales ni ambientales y de esa manera evitar conflictos.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: En cuanto a una mimesis propiamente dicha entre la imagen y el titular no hay un claro resultado, puesto que el titular, que tiene la función de elemento verbo-visual no mantiene una relación analógica con el ícono.
- Retórica: El titular representa es un elemento discursivo verbo-visual literal, el mismo que es lexicalizado dado que por la <<forma>>apela a la afectividad

(pathos), pero esta forma persuasiva se apoya en contenidos concretos (logos). En líneas generales utiliza un argumento retórico epidíctico porque diagnostica en toda la portada a través de su titular que se perdieron millones debido a la desaprobación de proyectos mineros.

11.- Expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: De acuerdo a esta teoría, en esta portada sí existe la unicidad entre el titular y la imagen como complemento, puesto que ambos trabajan mediante elementos referenciales uno del otro.
- La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: Puede que debido a la construcción discursiva de la portada, ya sea por la lectura del titular verbo-visual o en conjunción con la lectura de los bloques textuales, se genere <<más referentes>> sobre lo imaginario de esa noticia ya que indirectamente cuenta con noticias anteriores cuyo contenido son hechos conflictivos, como por ejemplo la problemática socio-ambiental de la minera <<Yanacocha>>. En ese sentido, puede que el lector tenga una mirada compulsiva a través de ese <<imaginario>> y quiera buscar algún referente <<de esa otra cara de la noticia>> en el índice lingüístico de <<Suplemento>>, o puede que sucede todo lo contrario.
- El espacio sinóptico: En vista de que el titular es un verbo-visual por su forma cognitiva, se observa también que alrededor del borde de las letras hay un código o lenguaje del color blanco, puesto que los bloques textuales están tipografiados en ese color (retroalimentación metalingüística)

12.- Interacción

- El marco y foco: Debido a la literalidad del titular no hay un foco que metaforice el predicado para que pueda ser considerado como tal. En cuanto al bloque textual superior e inferior tampoco se encuentran características que pertenezcan a este

punto, dado que la primera establece una proposición condicional y la segunda es una oración bastante literal también.

13.- Proyección

- En este apartado, se puede observar la metáfora de proyección estructural de Lakoff, <<Toda discusión es una guerra>>, de una forma indirecta, ya que en este discurso existe una guerra entre el único actante activo que es <<la minería>> y el otro actante que es más bien pasivo como es el entorno económico-político, por tanto el enunciador establece que el vencedor es el actante que no aparece en el discurso, premisa que subyace en el titular <<US\$ Perdimos 67,203 millones>> .

14.- Fusión Conceptual:

- Red de integración a través de redes de único nivel: En función a una mejor exposición de esta teoría, se realiza el siguiente ejercicio, tanto a nivel del titular en conjunción con el subtítular superior; y del titular en relación con el bloque inferior: <<A menor minería, menor crecimiento: US\$ Perdimos 67.203 millones por 15 proyectos no ejecutados>>.

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- Ni el titular ni en los bloques informativos son susceptibles a ser analizados en este ítem.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- El color rojo es un **símbolo/signo/metáfora**: En el titular, <<US\$ Perdimos 67,203 millones>>, el significado es claro y encierra mucha información, con lo cual el color rojo en el que está tipografiado le otorga un <<plus>> discursivo de <<alerta>>, <<alarma>>; en este sentido el enunciado principal crea tendencia. En cuanto a los demás bloques lingüísticos, el color blanco en el que están tipografiados ofrecen cierta pasividad y también una suerte de retroalimentación discursiva entre los enunciados que comparten el mismo color y además, entre ambos subtítulos y el encabezado superior, ya que este último contiene bordes del

blanco. No obstante, a modo de agregar, puede que el enunciador otorgue esos colores como lectura simbólica de <<nacionalismo>> dado que el rojo y el blanco son los colores de la bandera peruana. Por tanto, la lectura genera un enfoque mucho más de <<alerta>> y le otorga más fuerza cognitiva debido a esa palabra clave y símbolos claves dentro del rojo y blanco: <<US\$ Perdimos...>>.

17.- Metáfora y humor

- Debido a la forma y distribución de las composiciones discursivas, no se observan ninguna característica en este apartado.

18.- **El Stadium y el punctum:** En *studium* sería el titular alarmista establecido en color rojo con pequeñas dosis de color blanco, dado que connota perspectivas de preocupación, una suerte de guerra semántica y al mismo tiempo constituye un nacionalismo herido que al leer las demás proposiciones las cuales yacen en el color blanco, constituyen un significado total de condiciones alarmantes de que si <<no se aprueban más proyectos mineros, seguiremos perdiendo muchos millones más>>. En relación al *punctum*, lo que hiera o lastima no está en el discurso en primera instancia, está en el referente de esa noticia, es decir en el contra-discurso el cual está <<visto>> desde el otro lado de ese enfoque, el que ignora el enunciador pero que yace en el reverso de esas proposiciones condicionantes. Por tanto, <<A más minería, menor crecimiento>> no es más que una especie de requisito retórico para decretar medidas político-económico que favorezcan a las grandes transnacionales y a un grupo de políticos sin pensar en las graves consecuencias socio-ambientales, casos que, desafortunadamente, son muchos, de los cuales se puede mencionar la situación conflictiva de la minera <<Yanacocha>>. En este sentido, puede que debido a ese delicado referente en la historia de la minería, es que no se han aprobado <<15 proyectos>> durante el año, como reza el bloque inferior. Por consiguiente, hay una persuasión acérrima en el titular <<US\$ Perdimos 67,203 millones>> que no busca <<conciliación>> o reflexión discursiva sino que se <<obliga>> a una elección que es la de <<crecer sólo mediante la minería>>.

19.- Metáforas visuales

Metáfora contextual: El discurso concierne a una problemática propia del entorno socio económico y político del país dado que <<la minería>>- el cual ha sido un elemento importante en este sector desde tiempo pre-hispánicos-, es uno de los recursos más importantes de la región y que sin embargo, también ha generado controversias en cuanto a su forma de explotación. Por tanto, la forma alarmista del discurso pertenece a un tipo de comunicación directa que connota asociaciones a través del uso de proposiciones <<peruanistas>> que parten del mismo tema que es la <<minería>> y los colores de rojo y blanco en los que están contenidos las proposiciones condicionantes.



1.- Contexto: La portada constituye un 90% de contenido deportivo en relación al mundial del fútbol a través de dos plataformas cognitivas las cuales están divididas de la siguiente manera, el primero y el más importante revela detalles acerca de la campaña millonaria que existe dentro de un ambiente deportivo de esa naturaleza y el segundo, informa de manera concreta los acontecimientos sobre los partidos realizados y los que están por realizarse bajo el símbolo <<South Africa 2010>>, con el titular general de esa columna, <<Especial Mundial>>, en donde yace sólo una nota pequeña que se refiere a los seleccionados de los países invictos hasta el momento, Brasil y Paraguay.

Por tanto, en la primera plataforma de la portada, se observa una suerte de información <<reveladora>> acerca de cuánto dinero <<se mueve>> dentro del mundo del fútbol en un contexto mundial de este deporte. En este sentido, la información más relevante establece una estructura de ganancia en grandes cantidades de dinero, así lo indica el subtitular superior en conjunción con el titular <<*El Mundial de los miles de Millones...Negocio Redondo*>>, en donde se puede observar entre líneas escenarios opulentos con todo lo que se relacione al mercado del fútbol durante la transmisión de un mundial, uno de esos componentes se trasluce en el último enunciado del bloque inferior: <<España es la selección más cara y está valorizada en US\$ 565 millones>>. Otro de los elementos discursivos que tiene este tipo de connotación yace en el primer enunciado de ese mismo bloque: <<La FIFA estima ingresos por US\$ 3200 millones>>.

Por consiguiente, el contexto del discurso, más allá de ser un evento deportivo, se relaciona también con sub-contextos político-económicos y sociales, ya que la FIFA, al ser la institución de fútbol que gobierna en todo el planeta, es la que propone ciertos protocolos, ejecuta normas y ciertas leyes que las demás instituciones del fútbol más pequeño tienen que acatar. En este sentido, la Fédération Internationale de Football Association (FIFA) – cuyo significado es La Federación Internacional de Asociación de Fútbol- es la más beneficiada cada vez que hay un evento de esta magnitud y esto se evidencia en otro de los enunciados del encabezado inferior, donde se deja entrever cómo funcionan las diferentes plataformas comerciales deportivas y por ende también socioculturales, en los cuales todos luchan por entrar a ese escenario del fútbol más importante a nivel internacional, dado que

si no <<estás ahí>>, <<no existes como marca deportiva>>: <<Marcas pagan hasta US\$ 300 millones por contrato de exclusividad con la FIFA>>.

Por tanto, si las marcas deportivas pagan una cantidad de dinero de esa magnitud es porque se entiende que <<no habrá pérdidas sino ganancias>> y que por ende, ese <<millonario capital>> tiene un respaldo en un contexto social y cultural ya que detrás de ello, hay una euforia y fiebre por ese deporte que está impregnado el ADN de la mayoría de las personas en el mundo. Este valor se apoya en el otro enunciado de ese mismo bloque inferior, <<30,000 millones de personas ven la disputa por la Copa Mundial en todo el mundo>>.

En este sentido, a través de este discurso se puede <<leer>> también la otra cara de la moneda, dado que connota más que una pasión por el fútbol es casi una locura en el sentido pragmático comercial, por tanto existe también una situación negativa de índole moral que el lector puede intuir a través del encabezado principal, <<Mundial de los miles de millones, Negocio Redondo>> en correlación con las demás premisas que aluden a cantidades millonarias, y tal vez hacerse una repregunta en el sentido ético y filosófico <<¿Es justo ganar tantos millones cuando en diferentes lugares del planeta, en algunos sitios más que otros- carecen de las principales formas adecuadas para vivir?>>. Lo cierto es que las normas de juego deportivo en esta clase de eventos están establecidos y el quiere <<estar presente>> en él, debe de <<pagar cantidades exorbitantes >> para obtener luego, en principio también, ganancias exponenciales.

Por tanto, el enunciador en este discurso, ofrece dos estructuras contrarias: la primera es que se confirma que el deporte rey a nivel mundial será siempre el fútbol, y que por eso existe todo un contexto multimillonario detrás de ello; mientras que la estructura que no se <<ve>> pero que se intuye es que una forma de crítica que de alguna forma concientiza de que una parte de esas millonarias cifras podrían aplacar las carencias que existen en muchas partes del mundo, donde hay más dolor humano como consecuencia de la falta de dinero para cubrir las primeras necesidades. Entonces, es un tipo de lectura que también invita a la reflexión que traspasa lo económico y deportivo, y cala en lo moral.

En cuanto a las sub-noticias, éstas constituyen información de cómo se va llevando a cabo dicho mundial, la misma que proyecta hacia tales escenarios mediante los índices, <<Pág. 23, 24, y 25>>. No obstante, no sólo señala los últimos acontecimientos dentro de esa columna titulada <<Especial Mundial>> sino también tienen la función de corroborar lo que significa <<la pasión por el fútbol>>, eso se puede ver a través de la única nota pequeña de su titular, <<Brasil y Paraguay salen a ‘matar’>>, cuyo subtítulo inferior dice, <<sudamericanos quieren continuar con buena racha>>.

2.- Discurso: En relación a la noticia principal, en primera instancia, el mensaje parece simple: mostrar a la opinión pública la industria millonaria que <<mueve>> el fútbol; pero también ofrece una estructura reflexiva dado que al poner sobre la palestra cuánto dinero se <<paga>> y por tanto se <<gasta>>, y que al final sólo hay un ganador, en este caso los ejecutivos de la FIFA; es una forma también replantear si lo que sentimos por el fútbol va más allá de una pasión.

Por otro lado, la forma del discurso principal es una plataforma deportiva, tal y como lo refiere su contenido: un balón de fútbol que contiene todo el bloque lingüístico, en el cual se detalla las cantidades millonarias que hay detrás de -lo dice su titular en color rojo- ese <<Negocio Redondo>>. Por tanto, es una portada armoniosa pero también impresionante y preocupante por el contenido del doble discurso.

En cuanto a la estructura lingüística principal existe, como en las portadas anteriores, una retroalimentación en los colores, en este caso una correlación de datos entre el subtítulo superior y el inferior, porque el primero anuncia una característica y en este último se detalla las razones de la noticia: <<El Mundial de los miles de millones>> // <<La FIFA estima ingresos por US\$ 3200 millones/30 millones de personas ven la disputa por la Copa Mundial en todo el mundo/ Marcas pagan hasta US\$ 300 millones por contratos de exclusividad con la FIFA/ España es la selección más cara y está valorizada en US\$ 565 millones>>. Todos estos enunciados están correlacionados a su vez con los índices <<Pág. 2 y 3>>, los cuales señalan también escenarios cognitivos de los mismos, por tanto son una forma de lenguaje metalingüístico. En cuanto a la segunda plataforma, su estructura

lingüística contienen los colores blanco, negro y rojo, de los cuales hay una correlación entre el titular de la pequeña nota, <<Brasil y Paraguay salen a ‘matar’>> y lo que yace en el apartado <<Hoy>>, que se refiere a los partidos que se realizan en breve, entre los cuales se mencionan a los países sudamericanos que siguen en la carrera, <<Paraguay-Eslovaquia>> y <<Brasil-Costa de Marfil>>, de ahí se entienden que <<salgan a ‘matar’>>. Por otro lado, debajo del titular principal de esa segunda plataforma <<Especial Mundial>> están también los índices metalingüísticos que remiten a los escenarios de los partidos a través de la <<Pág. 23, 24 y 25>>, contenidos en color negro, el mismo color contenido en la relación de partidos que están dentro de los apartados, <<Resultado>> y <<Hoy>>. Estos últimos sub-titulares están tipografiados en color rojo a manera de poner <<atención>> dado que contienen información importante referente a los partidos.

En relación a la elaboración de los enunciados dentro de esta primera plataforma, como en anteriores portadas, éstos que de por sí tienen la función de *constatativos*, también contienen un alto grado de *performatividad expositiva indirecta*, analicemos primero el titular: Negocio Redondo>> se puede transformar en los siguiente para mostrar su condición de *performativa* indicada, es decir primero se transforma en un *enunciado constativo* para que luego se observe su calidad *performatividad*: <<Afirmo que detrás del Mundial del Fútbol hay un negocio redondo>>; en cuanto a los subtítulos se observa que también presentan la misma condición: <<Afirmo que el Mundial del fútbol es el mundial de los miles de millones>>. En cuanto al bloque inferior, dado que en él si hay *constativos* propiamente dichos, sólo se procederá a la aplicación para demostrar su *performatividad expositiva*: <<Afirmo que la FIFA estima ingresos por US\$3200 millones/ Afirmo que 30 millones de personas ven la disputa por la Copa Mundial en todo el mundo/ Afirmo que marcas pagan hasta US\$ 300 millones por contratos de exclusividad con la FIFA/ Afirmo que España es la selección más cara y está valorizada en US\$ 565 millones>>.

En cuanto a las notas pequeñas de la otra plataforma semántica cuyo titular general es <<Especial Mundial>> en forma concreta porque yacen aquí todo lo concerniente a este evento, también tiene una función *performatividad expositiva indirecta*, no obstante es necesario hacer las siguientes *operaciones gramaticales* – para tenga la forma de

enunciados constatativos- al igual que en los anteriores ejemplos: <<**Afirmo que**hay noticias sobre los partidos dentro del ‘Especial Mundial’>>. Luego le siguen los demás titulares y subtitulares de este bloque, el primero es: <<Brasil y Paraguay salen a ‘matar’>>, el cual también es un *enunciado constatativo* con alto grado de **performatividad expositiva indirecta**: <<**Afirmo que**Brasil y Paraguay salen a ‘matar’>>, lo mismo sucede con su subtitular inferior, <<**Afirmo que** sudamericanos quieren continuar con la buena racha>>. En este sentido, tal proposición se evidencia a través de uno de los apartados, <<Resultados>>, que pertenecen a esta nota pequeña.

Por tanto, a continuación, se expondrá tales resultados a modo también de **performatividad expositiva indirecta** con previo cambios gramaticales para transformarlos en *enunciados constatativos*, Por tanto del apartado establecido en color rojo, <<Resultados>> se puede obtener lo siguiente:<<**Afirmo que** hay resultados de los partidos recientes>>. La información perteneciente a este apartado, también se puede transformar en *enunciado constatativo* para luego demostrar su **performatividad expositiva indirecta**, por consiguiente de, <<Holanda 1- Japón 0>>, se obtiene, <<**Afirmo que**Holandale ganó aJapón, porun gol a cero>>; de <<Australia 1-Ghana 1>>, se obtiene, <<**Afirmo que** Australia empató con Ghana, uno a uno>>; de <<Dinamarca 2-Camerún 1>>, se obtiene, <<**Afirmo que**Dinamarca le ganó a Camerún por dos goles a cero>>.

En cuanto al otro apartado en color rojo que dice <<Hoy>>, se puede deducir lo siguiente, <<**Afirmoque**hoy habrá los siguientes partidos>>: De <<Paraguay-Eslovaquia>> se obtiene, <<**Afirmo que** hoy juegan Paraguay vs. Eslovaquia>>; de <<Italia-Nueva Zelandia>>, se obtiene, <<**Afirmo que** hoy juegan Italia vs. Nueva Zelandia>>, de <<Brasil vs. Costa de Marfil>>, se obtiene, <<**Afirmo que** hoy juegan Brasil vs. Costa de Marfil>>.

De esta manera se evidencia la performatividad expositiva indirecta en todos los enunciados de la portada. No obstante a nivel más general, debido a la estructura de las dos plataformas, se muestra también dos clases de performatividad híbridas: la primera plataforma está entre un tipo de *performatividad judicativo o veredictivo* y *performatividad*

expositiva porque *diagnostica* mediante *hechos de observación e investigación* que el mundial del fútbol internacional mueve millones de dinero; y la otra plataforma está entre una *performatividad expositiva* y *performatividad ejercitativo o decretos* debido a que en el titular de la nota pequeña, primero se expone mediante la observación de los resultados que <<Brasil y Paraguay salen a ‘matar’>>, además de exponer a través del apartado <<Resultados>> el motivo por el cual, tales países siguen con la buena racha, además de consagrar a los ganadores, perdedores y los que empatan dentro de ese conjunto. Luego en el otro apartado se expone la relación de partidos que juegan en el día de <<Hoy>>.

En este sentido, el objetivo del diario es informar con detalles acerca de las grandes sumas de dinero que existe en esta industria dentro de un evento internacional como es <<el mundial de fútbol>>, y al mismo tiempo de reflexionar en relación a esta sobreabundancia de dinero, de lujos y comodidades frente a los que la carecen, sobre todo de las poblaciones que sufren por no contar con las necesidades básicas.

En relación a los notas pequeñas observamos que su estructura discursiva es meramente informativa porque revela datos de cómo transcurren los partidos que se van jugando como parte del orden organizativo de los mismos.

3.- Acción: En la estructura semántica de la noticia, dado que el actante principal es el <<fútbol>> a través de sus diferentes enunciados tanto en la parte más relevante de la portada-todo el bloque lingüístico de la noticia- como en los sub-enunciado y apartados relacionados dentro del bloque de <<Especial Mundial>>, se contempla que hay un acuerdo interno discursivo debido a que todos los que juegan comparten la misma pasión que es el fútbol pero al mismo tiempo, en la práctica del terreno no hay acuerdo sino enfrentamiento. Por otro lado, dentro de la plataforma más importante, la acción discursiva es armoniosa porque todos los agentes obedecen a una ideología deportiva que es el fútbol, sin embargo debido a la política ya establecida, la FIFA es el principal actante dado que esta institución es la que más se beneficia en el negocio millonario de un evento internacional que ellos mismos organizan. Por tanto, hay una suerte de acción, que más allá de que exista un acuerdo entre las partes, constituye también una forma de acción totalitaria discursiva.

4.- Identidad/Pertenencia: El discurso narrativo de la portada comprende escenarios de alguna manera múltiples, dado que la plataforma más importante remite a dos ambientes distintos, el primero parece pertenecer a una estructura irreflexiva debido a que todos los actantes más secundarios, las marcas deportivas y los 30 millones de seguidores de este deporte, le rinden pleitesía al fútbol, deporte que está representado en la FIFA. Por tanto, las cantidades millonarias no las impone el deporte del fútbol sino la FIFA y los demás actantes tienen que obedecer las reglas para que también puedan gozar de las ganancias y también del espectáculo que el fútbol representa. No obstante, por otro lado, existe un segundo escenario como parte de la otra cara de ese discurso, en el cual se invita a la reflexión y de contraponer la sobreabundancia de sumas millonarias con la carencia de los que poco o nada tienen. En este sentido, se enfrentan dos ideologías de manera indirecta, de alguna manera el capitalismo monárquico de la FIFA frente a la falta de concientización y de introspección para darse cuenta de la sobrevalorización a ese deporte manejado por la FIFA, en el cual millones de personas se rinden complacidos ante él.

Los otros escenarios correspondientes al bloque de <<Especial Mundial>> manejan sus pertenencias ideológicas basadas en su contexto socio-cultural, de ahí que lo representan y <<juegan>> defendiendo su camiseta en la cancha. En ese sentido, se establecen quienes ganan, pierden o empatan.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): La plataforma principal de la portada, implanta elementos discursivos de la situación de sobreabundancia económica de la FIFA debido a las millonarias sumas de dinero que hay detrás de sus políticas comerciales, así lo dice el titular <<Negocio Redondo>>. La otra plataforma, señala el relato de las competiciones, de donde se informa de cómo se va llevando a cabo el juego hasta ese momento, en la cual figuran los países sudamericanos Brasil y Paraguay. Por tanto, no es una noticia situacional dado que no pertenece al contexto peruano directamente, pero debido a que el actante principal es el fútbol dentro de un contexto mundial, sobrepasa el carácter internacional y se convierte una noticia situacional, cotidiana, que interesa a todos los que gozan de ese espectáculo, que

según el enunciado en la parte inferior, son 30 millones de espectadores. En este sentido, es una noticia de contenido semántico, pero a la vez de importancia episódica dado que en él se tiene como actante principal al <<deporte rey>>, además de que se hace referencia a los equipos que pertenecen a la región a través del titular de una de las nota pequeña, <<Brasil y Paraguay salen a ‘matar’>>.

6.-Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): El titular representa el resumen semántico de toda la plataforma principal de la noticia, por lo tanto yace en él parte una forma de memoria episódica y al mismo tiempo semántica puesto que por la forma del discurso, es evidente que corresponde al tema deportivo del fútbol; sin embargo, la noticia no remite a un contexto peruano pero sí pertenece al imaginario peruano dado que el fútbol también forma parte de su idiosincrasia. Por consiguiente, es un modelo de memoria semántica y al mismo tiempo, es comprendida desde un punto de vista más episódico porque mediante esa noticia se recuerda también la última vez en el que el Perú fue a un mundial, en España ‘82. En este sentido, es un modelo contextual indirecto que remite a hechos dentro de la memoria episódica, por lo explicado anteriormente, y semántica por el placer de ver el espectáculo del fútbol y porque siempre, a pesar de todo, dentro del imaginario nacional se abriga componentes de esperanza de que en algún momento vuelvan a competir dentro de un mundial internacional, mientras tanto se siguen publicando noticias sobre el fútbol que también revelan la pasión de este deporte, así lo dice el único titular de la nota pequeña, <<Brasil y Paraguay salen a ‘matar’>>.

7.- Modelos parciales: El discurso de la plataforma principal ofrece en términos concretos una lectura de ganancias millonarias por parte de la FIFA y eso se sustenta debido a que hay un numeroso público apasionado por ese deporte, <<30 millones de espectadores>>, situación de la cual hace que grandes marcas deportivas quieran estar presentes en ese evento internacional. Por consiguiente, subyacen ideologías capitalistas que se enfrentan con otras ideologías que están apoyadas en la otra lectura que no se <<ve>>, y que se lee como consecuencia de una reflexión del imaginario que el modelo semántico de la noticia ofrece, una sobreabundancia económica vs. los que carecen de ella. En este sentido, el discurso no presenta un modelo parcial en su totalidad dado que muestra de manera

indirecta las dos caras de la moneda y que se consigue llegar a ella, leyendo entre líneas a través de la plataforma más importante del discurso.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): Este tipo de noticia encierra un modelo estructural semántico que remite a tipos discursivos de memoria episódica debido a la recordación de otros modelos contextuales parecidos dentro del fútbol peruano a través del titular <<Negocio Redondo>>. Por tanto es un modelo semántico que pertenece a una noticia internacional pero con carácter también episódico, además de las otras notas pequeñas que están comprendidas dentro del contexto mundial de fútbol que contienen selecciones que pertenecen a la región. Por tanto, los marcos cognitivos en la forma como se trasmite la noticia, pertenecen a modelos semánticos pero el titular establecido en color rojo es la palabra clave que une los modelos episódicos y semánticos, además de la forma en la que se apoya la principal plataforma del discurso: un balón de fútbol.

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad tal vez de ‘necesidad’ en la construcción del titular, <<Negocio Redondo>>
- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, el predicado que más se acerca a un significado de descripción de los actores sociales recae en el subtítulo inferior: <<30 millones de personas ven la disputa por la Copa Mundial>>, <<...contratos de exclusividad con la FIFA>><<España...está valorizada en US\$565 millones>>, y en el titular del bloque de la segunda plataforma, <<Brasil y Paraguay salen a ‘matar’>>.

- La lexicalización aparece en el titular establecido como frase <<Negocio Redondo>>, y en el subtítular principal, <<El mundial de miles de millones>> y en algunos enunciados bloque inferior: <<España es la selección más cara...>>, en el titular de la única nota pequeña del bloque <<Especial Mundial>>: <<Brasil y Paraguay salen a ‘matar’>>.

- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: Toda la estructura semántica de la plataforma principal establece una lectura de <<asombro>> que denota a su vez una forma de discurso, entre líneas, de <<vergüenza>> dado a las grandes sumas de dinero que hay detrás del balompié que acontece en un solo evento en contraposición tal vez a otros mundiales deportivos que contienen más disciplinas; y visto también como sinónimo de derroche y lujo frente a otros contextos que puedan necesitar parte de esa economía. Por tanto, todo este discurso directo e indirecto concierne a la FIFA, por un lado como institución de poder económico y político dentro de este deporte que a su vez comprende también un rol monárquico capitalista dado que todos los demás actantes le rinden pleitesía, y por ende los demás actantes anhelan formar parte de ese círculo de poder, esto se evidencia a través de las cantidades millonarias que las marcas deportivas le pagan a la FIFA; por otro lado están también las grandes ligas de fútbol que están detrás de algunos jugadores estrellas de las selecciones en competición, además de las millonarios contratos con los canales deportivos para transmitir tales competiciones, y todo ello debido a que hay millones de espectadores que son el público objetivo de diferentes líneas de producto deportivos de compañías pertenecientes a este sector. En cuanto a la estructura de la segunda plataforma, los roles semánticos se manifiestan a través del juego, por tanto hay solamente una lectura de enfrentamiento.

- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta clase de portadas encontramos una perspectiva de semántica discursiva (lexicalización) de <<asombro>> y que a su vez busca concientizar mediante el <<otro discurso>> alguna forma de reflexión sobre lo que pasa en la realidad, en lo

concerniente al fútbol dentro de un evento mundial. De esta manera, se establece una ideología deportiva que contiene otras perspectivas de idiosincrasia relacionadas al negocio del fútbol, tales como el lujo, el poder, la ambición, reglas de marketing, el público objetivo, etc, todo ello dentro de un único escenario potencialmente millonario como es el mundial de fútbol. En relación a la segunda estructura, las nociones de perspectiva son básicamente de juego, en el cual se espera que las selecciones sudamericanas como Brasil y Paraguay sigan con la <<buena racha>>, dado que Perú no participa, el enunciador se solidariza con las ambiciones de países de la región.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: Entre el titular y la imagen hay una mimesis directa, <<Negocio Redondo>> y el balón de fútbol que contiene todo el bloque lingüístico, por tanto hay una especie de analogía que se entiende también como una forma de metáfora <<espejo>> dadas las circunstancias de la forma y del fondo del discurso.
- Retórica: En vista de que el titular, <<Negocio Redondo>> está dentro del icono del balón de fútbol, además de contener dentro de éste a toda la estructura lingüística, todo el bloque denota un texto verbo-visual. No obstante, esa función recae más en el titular. Por tanto, todo el discurso lingüístico está lexicalizado dentro de un elemento discursivo verbo-visual. En este sentido, por la forma se apela a la afectividad (pathos), pero ésta se apoya en contenidos concretos (logos). En líneas generales utiliza un argumento retórico epidíctico porque diagnostica en toda la portada a través de todo el bloque lingüístico verbo-visual el negocio millonario que significa el fútbol a nivel internacional y en la cual la FIFA es su máximo representante. En la segunda plataforma, <<Brasil y Paraguay salen a ‘matar’>> apela también a la afectividad (pathos).

11.- Expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: De acuerdo a esta teoría, en esta portada existe unicidad más que complemento, puesto que ambos trabajan cognitivamente por sí solos, de manera que al estar estructurado uno dentro de otro, refuerzan esa capacidad cognitiva. En cuanto a las noticias pequeñas, en la estructura del primer titular en conjunción con la imagen, <<Brasil y Paraguay salen a ‘matar’>>, sí hay complemento dado que el icono depende del titular para su mayor comprensión, sin embargo dado que es una nota pequeña, la imagen se complementa con los índices metalingüísticos que yacen en la parte superior del titular, <<PÁGS. 23, 24 y 25>>.
- La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: Toda la portada se refiere al tema del fútbol, las cuales se dividen en una estructura de revelación y al mismo tiempo de crítica indirecta, mientras que la otra estructura se refiere al <<Especial Mundial>>, por tanto se puede deducir que hay mayores posibilidades de una <<pasión escópica>> dado la doble plataforma que contiene la caratula informativa. En este sentido, por un lado yace el discurso en forma de escándalo en cuanto a las sumas millonarias que hay detrás del negocio del fútbol y por otro, la crítica que exponen entre líneas hacia la FIFA y todo lo relacionado con el negocio millonario en un solo evento. Mientras la otra plataforma, a través de la única nota pequeña, se informa de cómo le va futbolísticamente a los países sudamericanos de Brasil y Paraguay, representantes de la región; además de los otros partidos que todavía están por acontecer. Por consiguiente, ya sea por una plataforma o por otra, el lector desea enterarse de los detalles que acontece en el mundial, tanto en el escenario de los negocios como en el escenario del juego.
- El espacio sinóptico: En vista de que el titular y todo el bloque lingüístico conforman un bloque verbo-visual dado que están contenidos en el icono de un balón de fútbol, se observa también que alrededor del icono están contenidos las noticias secundarias relacionadas al mundial dentro de ese espacio sinóptico, el cual se sobre entiende que es el césped. Por tanto, el icono que el balón de fútbol

contiene la primera plataforma de la noticia, y el espacio sinóptico que es el césped contiene la otra plataforma donde yacen los acontecimientos deportivos.

12.- Interacción

- El marco y foco: En el titular, <<Negocio Redondo>> no hay una forma de foco que metaforice el marco puesto que no es una oración gramatical, pero se puede proceder a realizar los siguientes cambios para obtener un enunciado diferente y poder encontrar una forma de interacción, por tanto se obtiene lo siguiente: <<El fútbol internacional de la FIFA esconde un negocio redondo de millones>>. Por consiguiente, bajo esta demostración sí se puede hallar un foco, el cual se apoya en el sujeto secundario, es decir en el verbo <<esconder>> dado que no se refiere al verbo esconder tal cual sino a una forma de <<ver>> esa otra realidad de la FIFA que va más allá de la espectacularidad del deporte del balompié.

13.- Proyección

- En toda la portada que contiene a las dos plataformas semánticas que se refieren al tema del fútbol, se contempla la **metáfora de proyección estructural** <<**Toda discusión es una guerra**>>. No obstante, dentro de la plataforma principal yace también la **metáfora ontológica de continente-contenido, o contenedor – sustancia**. Para una mejor explicación pasaremos al análisis primero en lo que concierne a la más importante plataforma. En lo que se refiere a la metáfora estructural de <<**Toda discusión es una guerra**>>, ésta no se presenta de forma directa, sin embargo en forma general se entiende que el único mejor beneficiado de todos los millones del gran negocio que significa el fútbol en un evento organizado por la FIFA, es esta misma institución; por tanto, le siguen luego las grandes marcas deportivas y todo los elementos relacionados a este negocio de mayor a menor escala. En este sentido, los perdedores serán los menos beneficiados hasta lo que sólo son simples espectadores. Por otro lado, debido a que el discurso presenta un lenguaje crítico entrelíneas, el cual remite a un escenario contrario, se establece también otro tipo <<perdedores>> de forma indirecta. En cuanto a la **metáfora ontológica**, ésta es más directa en el sentido de que se puede observarla por la forma discursiva, dado que toda la estructura lingüística está contenida en el balón

de fútbol, por tanto el contenedor es lo que representa al deporte del fútbol y la sustancia es la parte textual referente al tema del fútbol. En la segunda plataforma, es evidente más la metáfora estructural de <<**Toda discusión es una guerra**>> dado que se exponen los hechos de combate de juego entre los países. En este sentido, la única noticia pequeña que pertenece a la columna <<Especial Mundial>> es un ejemplo de metáfora estructural, así lo señala su titular: <<Brasil y Paraguay salen a ‘matar’>>, es decir salen a ‘ganar sí o sí’ y se espera que sus adversarios sean los perdedores. En relación a ello, mediante la exposición de los partidos que los países van jugando se establece también los que van ganando y los que van perdiendo.

14.- Fusión Conceptual:

- Red de integración a través de redes de único nivel: En función a una mejor exposición de esta teoría, se realiza el siguiente ejercicio y se extrae la esencia noticiosa de la plataforma más relevante de la portada: <<El Mundial de millones: La FIFA recibe ingresos por US\$ 3200 millones>>

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- Catacresis en la metonimia y Metafonimia: En el titular verbo visual, <<Negocio Redondo>>, entre esas dos palabras conforman una frase metonímica por catacresis, dado que por esa frase se entiende que es un <<negocio rentable>>, pero eso no significa que cuando pensemos en otra clase de negocio lo podamos conceptualizar como <<negocio cuadrado>>, por consiguiente, la frase constituye un significado entendido en la sociedad. Por otro lado, esta frase metonímica por catacresis, también puede ser metafórica puesto que el mismo significado de <<negocio rentable>> es el resultado de la proyección cognitiva de la frase <<negocio redondo>>. Por consiguiente, es una frase que yace entre la metáfora y la metonimia.
- Contigüidad en la metonimia: En cuanto al titular de la nota, en la segunda plataforma, <<Brasil y Paraguay salen a ‘matar’>> hay una relación externa entre el

verbo ‘matar’ y el verbo ‘ganar’ dentro de un contexto deportivo, de cual se sobrentiende lo segundo.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- El color rojo es un **símbolo/signo/metáfora**: En el titular verbo-visual, <<Negocio Redondo>> que está comprendido en color rojo, denota <<atención>>. Por consiguiente, el subtítular y el bloque inferior textual que están tipografiados en color negro, establecen una especie de relación directa entre ellos. No obstante, al inicio de cada enunciado del subtítular inferior en general, yace el icono del ítem que está en color rojo, por tanto estos apartados mantienen también una relación directa con el titular pero con menor fuerza en comparación entre el subtítular superior y el inferior. En la segunda plataforma, <<Especial Mundial>>, que está contenido en color blanco revela también una relación metalingüística con las imágenes dado que están bordeados con ese color claro; y en cuanto a la información en resumen, la cual está contenido en color negro establece una relación directa entre los propios enunciados de la nota pequeña y el contenido de los apartados, <<Resultado>> y <<Hoy>>. Estos últimos contienen el color rojo, los cuales en este caso también denotan <<atención>> en su lectura dado que contienen partidos de interés para el lector.

17.- Metáfora y humor

- Debido a la forma y distribución de las composiciones discursivas, no se observan ninguna característica en este apartado.

18.- **El Stadium y el punctum**: En cuanto al *studium*, éste sería la forma del discurso de la plataforma principal, donde se puede observar como el icono del balón de fútbol contiene la parte textual de la noticia, convirtiéndola a todo ese bloque en un encabezado verbo-visual en su totalidad. Por tanto, el tema del fútbol, al cual se le critica de forma indirecta, se presenta a través de una forma creativa y armoniosa y hasta amigable porque el tema principal contiene sub-temas relacionados que señalan, como lo titular verbo-visual principal, <<Negocio Redondo>>. En relacional *punctum*, éste lo constituye, lo que se dijo en el primer punto del contexto, es decir, el otro discurso que no se <<ve>> y que yace

entre líneas. Por tanto, la crítica indirecta que el enunciador propone hace que se remita a escenarios contrarios a esa opulencia, a ese derroche de dinero y lujo ocasionado por algo más que una pasión, dado que detrás de ese deporte existen elementos de políticas comerciales exageradas dentro de un evento mundial de esa categoría, por tanto más allá de lo que puede significar el espectáculo del fútbol, revela también <<superficialidad>> y falta de medida de ese contexto negocio-deportivo, en donde los ganadores son los ejecutivos de la FIFA y todo lo que concierne a publicidad y marketing de ese campo, y los perdedores son de manera directa los espectadores consumidores y de forma indirecta los que podrían necesitar un poco de las utilidades de esos negocios millonarios.

19.- Metáforas visuales

Metáfora contextual e híbrida: El discurso concierne a un estilo de vida, a una forma de hacer negocios, a una forma de política que sólo la FIFA y las grandes ligas de fútbol, así como los sponsors, las campañas publicitarias y los canales deportivos internacionales están acostumbrados, esta metáfora contextual se evidencia a través del ícono de balón de fútbol profesional que está en la plataforma principal, y mediante el icono acompañado de la frase, <<SouthAfrica 2010>> que yace en la segunda plataforma a manera de columna informativa. En cuanto, la metáfora híbrida, ésta se contempla en la primera plataforma en donde yace el icono gigante de balón de fútbol que contiene toda la parte informativa, desde el subtítular, el titular y el bloque inferior. Por tanto, es como si el balón gigante estuviera informando al público. Es una especie de lenguaje entre *monomodal* y *multimodal*, porque es una imagen estática pero que el mismo tema deportivo contenido dentro del balompié remite a una forma de movimiento mínima.

5.- MORAL

Antes de proceder con el análisis, justificaremos tres portadas referentes a este encuadre de <<Moral>> dado que no están justificadas en el capítulo anterior, precisamente por haberlas escogido recientemente debido a la diferente forma de los formatos en relación a las portadas anteriores. En el caso de <<En aprietos>>, se establece una forma de movimiento que se asemeja a un suerte de película; en el caso de <<Todo está listo>> y <<Sin autocrítica>>, hay una correlación de hechos ideológicos por parte del enunciador referente al actante, el Presidente Ollanta Humala.

5.4.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 16 de septiembre del 2014

Titular de la portada: ‘En aprietos’

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (2)

Interés Humano

Conflicto

Consecuencias económicas

Moral (1)

(1) ¿La información contiene algún mensaje moral? Sí, en toda la portada se establece un discurso que contiene una lectura de incomodidad por parte del actante principal en la cual se narra como una historia a través de cuatro fotografías que indican tales inconvenientes. El recuadre de las mismas fotografías funcionan también como una plataforma de video y en cuyo titular se resume lo que el medio quiere dar a conocer a través del titular verbo-visual ‘En Aprietos’. **¿La información se refiere a la moral, Dios y otros principios religiosos?** Se refiere básicamente a una cuestión antimoral y como consecuencia antiética, ya que, un congresista no puede tener ningún tipo de relación con elementos negativos como es el caso del narcotráfico, así lo revela el subtítular principal, ‘Exigen que congresista José León aclare posible nexos con el narcotráfico’. **¿La información propone**

prescripciones sociales acerca de cómo comportarse? Sí, a través de una contra-lectura de toda la portada se emite un mensaje de que tales posturas del congresista no son las correctas. Esta información no sólo se lee de forma icónica sino también entre líneas dentro del discurso tipográfico del titular y con mayor medida en el subtitular.

Encuadre Secundarios:

(2) ¿La información sugiere que un individuo o grupo es responsable del problema? Sí y de una forma contundente. Este análisis se puede percibir por la forma como el discurso en general es tratado, ya que al actante principal se le atribuye la responsabilidad de <<jugar sucio>> y que debido a ese hecho, esta misma plataforma contiene dos propuestas discursivas que juegan entre lo hilarante y lo serio. De ahí, la historia narrada paso a paso de manera icónica ‘En aprietos’, enlazado al subtitular principal en la que <<posiblemente>> tenga lazos con el mundo de las drogas.

5.5.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 28 de julio del 2015

Titular de la portada: Todo listo

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia: positivo**

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad (2)

Interés Humano

Conflicto

Consecuencias económicas

Moral (1)

(1) ¿La información contiene algún mensaje moral? Sí, en toda la portada se propone un planteamiento reflexivo que conlleve a la creación de nuevas disposiciones legislativas que mejoren la situación política-social y económica actual del país. En este sentido, estas decisiones no se podrían llevar a cabo sin un contenido moral a priori, ya que esa

característica sería la base de tales resoluciones. **¿La información se refiere a la moral, Dios y otros principios religiosos?** Se refiere a una necesidad moral y ética como parte de una reflexión, primero personal y luego política, en un contexto de antesala discursiva que pertenecen a la retórica de cada 28 de julio desde la época de la emancipación, fecha en que se celebra la independencia peruana del reino español, a la cual se le conoce también como <<el día de la patria>>. **¿La información propone prescripciones sociales acerca de cómo comportarse?** Sí, como cada 28 de julio, el Presidente es el encargado de realizar su discurso anual, no obstante esta disertación debe significar un agregado cualitativo especial para el jefe de gobierno dado que es el último año de su mandato. Por tanto, mediante el bloque subtítular lexicalizado en pregunta y en color blanco, <<Qué esperan los peruanos del discurso del Presidente Humala?>>, la información invita a que éste se comporte de forma alturada y al mismo tiempo intente llenar las expectativas de la mayoría de las preocupaciones del pueblo peruano. Esto se refleja también de manera subliminal mediante el vacío en el sillón presidencial y el único actante que aparece limpiando el mueble. Por consiguiente, la imagen y la estructura lingüística fijan una doble lectura de expectación.

Encuadres Secundarios:

(2) **¿La información sugiere solución para el problema?** Sí, ya que mediante la ausencia del Presidente Humala -porque todavía no es el momento de su <<discurso>>-, se establece también un vacío en cuanto a sus promesas anteriores y que por tanto, una posible solución sería que sea acertado en sus conclusiones y decisiones legislativas, de esta manera se le exige de manera indirecta que sea reflexivo de lo que se hizo o dejó de hacer durante los doce meses anteriores a la fecha festiva.

5.6.- A.- Datos de identificación básicos:

Fecha de publicación: 03 de agosto del 2015

Titular de la portada: ‘Sin autocrítica’

B.- Indicadores relacionados al tema:

Temática de la portada: político **Carácter de la noticia:** negativo

C.- Encuadre noticioso

Atribución de responsabilidad

Interés Humano

Conflicto (2)

Consecuencias económicas

Moral

(1)

(1)¿La información contiene algún mensaje moral? Sí, toda la portada constituye un discurso que contiene una lectura de carencia de autocrítica constructiva en favor de una mejor estructura de gobernabilidad y aceptación popular. Así lo manifiesta el titular en color rojo <<Sin autocrítica>>en conjunción con la imagen del rostro del actante, el Presidente Ollanta Humala, quien aparece de costado y con la mirada hacia el horizonte.

¿La información se refiere a la moral, Dios y otros principios religiosos? Se refiere básicamente a una cuestión ética en vista de que un Presidente debe tener una autocrítica constructiva y que el aceptar ciertos fallos en su gestión lo harían mejorar su mandato, así lo decreta el subtitular en color blanco: <<Presidente Ollanta Humala Tasso no admite errores en su gestión>>**¿La información propone prescripciones sociales acerca de cómo comportarse?**Sí, mediante el titular y el subtitular, la información sugiere que el Presidente tenga una actitud más <<humilde>> y que acepte los errores que puede haber cometido durante su gobierno.

Encuadres Secundarios:

(2)¿La información refleja el desacuerdo entre las partes/personas/grupos? Sí, el desacuerdo se produce entre el medio y el Presidente Humala, ya que mediante el titular y subtitular, el enunciador le critica al jefe de gobierno el no haber tenido una autocrítica. Por el lado contrario, Humala manifiesta que seguirá haciendo política luego de <<terminar su mandato>>, así lo indica el subtitular en color blanco.



1.- Contexto: Mediante la portada se establece que hay un contexto de situación política en la que se atribuye una estructura de complicidad perversa. Así lo indica la lectura icónica del ex asesor presidencial, Vladimiro Montesino y el ex presidente Alberto Fujimori, ya que ambos comparten un sistema repetitivo de rostros sonrientes de forma parecida a un cuadro tridimensional. En la parte lingüística, aparecen una serie de proposiciones que no hacen más que evidenciar el objeto representado y añaden la estructura semántica de falta de ética. Por tanto, el titular, <<Uña y mugre>>, es la interpretación del ícono; y el bloque inferior es la argumentación de éste, <<Ex asesor puso en evidencia que sigue siendo socio del ex presidente y lo eximió de responsabilidad en violaciones de los derechos humanos. Ambos intercambiaron guiños, miradas y sonrisas en la audiencia en la Diroes>>. No obstante, el motivo principal del por qué de este contexto noticioso yace en el subtítulo superior, <<Montesinos montó show para limpiar a Fujimori>>.

En este sentido, en virtud para obtener una mejor lectura contextual, tanto Vladimiro Montesinos y Alberto Fujimori tienen cargos de corrupción y delitos de lesa humanidad en su contra. Por tanto, ambos representan una dupla siniestra en la vida política social del país. Nunca antes, se había vivido un grado corrupción tan alto como cuando ambos estaban en el poder del gobierno.

Por consiguiente, lo que el medio quiere dar a entender mediante esta portada, es que los dos actantes siempre han funcionado como un binomio corrupto y hasta casi monstruoso, el cual se ha burlado de la opinión pública, de la justicia peruana y que lo siguen haciendo sin vergüenza alguna.

2.- Discurso: A través del enunciado general, se establece una situación de complicidad siniestra o monstruosa generadora de burla y mofa, el cual establece una estructura caricaturesca a través de una multidimensionalización, cuyo propósito se puede deducir que se realiza para atribuirles responsabilidad sobre sus conductas. El titular, <<Uña y mugre>> lo complementa lingüísticamente. De esta

manera, se puede desglosar que uno contiene a otro dentro de un significado político de binomio corruptivo y amoral. Por consiguiente, las ideologías dentro de la estructura icónica son un compañerismo sin límite, burlón y sin ética. Parte de esa premisa, lo establece el subtítulo superior y la última premisa del subtítulo inferior respectivamente: <<Montesinos montó show para limpiar a Fujimori>> y <<Ambos intercambiaron guiños, miradas y sonrisas en la audiencia en la *Diroes*²⁹>>. En cuanto a la otra premisa del bloque informativo inferior revela lo que el binomio Montesinos-Fujimori significa, <<Ex asesor puso en evidencia que sigue siendo socio del ex presidente y lo eximió de responsabilidad en violaciones de derechos humanos. De esta forma, se agrega a esta ideología de compañerismo siniestro la carencia de dignidad de ambos.

En cuanto a la construcción gramatical del titular es una expresión coloquial conocida universalmente, que encierra un contenido semántico y léxico que tiene la función de espejo metalingüístico en el ícono representado. Por tanto, éste no sería un índice sino un símbolo porque su significado es establecido por una convención dentro del habla castellana. Por consiguiente, el titular sería una especie de símbolo sociolingüístico en su relación a su objeto representado. Por otro lado, la parte del resumen informativo en la noticia lo constituye el subtítulo superior: <<Montesinos montó show para limpiar a Fujimori>>, el cual trabaja como índice metalingüístico de un imaginario socio-político, que es la razón principal de esta noticia y que al estar dentro de un recuadro de fondo de color rojo es también un signo. En cuanto a su construcción gramatical, éste es un *enunciado constativo* con *valor performativo expositivo indirecto*, es decir a esta oración se puede parafrasearla de la siguiente manera: <<*Manifiesto* que Montesinos montó show para limpiar a Fujimori>>. En lo que respecta al bloque inferior informativo, éste contiene una oración compleja y otra simple. De ahí que es conveniente desglosarla de la forma correspondiente y parafrasearla de la misma manera que se hizo con el titular, ya que también contiene un valor *performativo expositivo*: <<*Advierto* que

²⁹ Sus siglas significan Dirección de Operaciones Especiales, creada con Resolución Suprema Nro.016-2002-in. del 28 de Noviembre del 2002, es una de las Instituciones más notables de la Policía Nacional del Perú y su objetivo es consolidar la paz social.

ex asesor puso en evidencia que sigue siendo socio del ex presidente y que lo eximió de toda responsabilidad en violaciones de derechos humanos>>;<<Advierto que ambos intercambiaron guiños, miradas y sonrisas en la audiencia en la Diroes>>

En este sentido, el objetivo del diario es proponer una lectura fácil y rápida mediante el impacto icónico de una caricatura, simbolismo lingüístico y resumen noticioso en la literalidad de sus subtitulares, remarcando el bloque informativo superior dentro de fondo de color rojo, como la puerta cognitiva de la noticia.

3.- Acción: En toda la estructura semántica de la noticia se establece un acuerdo más que evidente entre los actantes, porque no sólo hay comunicación y compañerismo -como lo manifiestan en la mayor parte del bloque lingüístico- sino también existe complicidad a través de la comunicación no verbal, así lo revela la última premisa del subtitular inferior: <<Ambos intercambiaron guiños, miradas y sonrisas en la audiencia en la Diroes>>.

4.- Identidad/Pertenencia: El enfoque noticioso contiene una ideología principal: complicidad siniestra. Por tanto, los actantes no permanecen aislados sino que se complementan y forman un binomio político corrupto. La otra ideología que se sustrae de ésta es la falta de ética y de dignidad de esta dupla actante. En este sentido, los actantes reflejan antivalores que son expresados a través de una crítica tácita por parte del enunciador debido a la construcción del discurso noticioso.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): Por medio de la representación de la memoria episódica en relación al discurso noticioso, se establece un hecho concreto que pertenece al contexto político y social peruano, el cual se ve reflejado por medio de hechos situacionales que corresponden también a estructuras universales (modelos semánticos) como son la falta ética y de dignidad que esta dupla de actantes hacen significar en el discurso. Por tanto, el enfoque noticioso actual compete también a otros hechos situacionales

ocurridos antes en los cual tales actantes están implicados, con lo cual el lector obtiene una representación específica de sus acciones y crean modelos mentales de animadversión o indignación.

6.-Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica):

Como parte de este modelo, debido a los modelos de hecho o episódicos de corrupción y carencia de dignidad, éstos hacen que se construya la perspectiva icónica de caricatura, de alguna manera para atribuirles a los actantes implicados la responsabilidad de sus actitudes y también para reprocharles la burla de ambos hacia la opinión pública en general. En este sentido, el titular, <<Uña y mugre>> que es una expresión coloquial dentro del habla hispana universal, es también una forma léxica que acentúa la importancia de este binomio en cuanto a los antivalores en la política peruana. En líneas generales, el estilo discursivo es directo y contiene competencia comunicativa.

7.- Modelos parciales: En este tipo de noticias, de alguna manera es difícil tener un enfoque puramente objetivo, dado que las interpretaciones de los modelos de contexto son llanas y evidentes. Ante un hecho de mucha indignación, el discurso se muestra sumamente crítico, es por eso que se construyen lenguajes icónicos caricaturescos, formas cognitivas y contenidos lingüísticos léxicos de fácil absorción mental, los cuales generan en el lector también crítica y opiniones muy parecidas al discurso noticioso. En este sentido, en esta clase de enfoque, debido a su estilo directo, sus ideologías marcadas y la actitud satírica y de reproche no generan un modelo parcial tal cual, debido a que durante toda la estructura discursiva no se han presentado ideologías contrarias ni tampoco alguna posición ideológica en especial, sino que dentro de una objetividad crítica se han desglosado proposiciones referentes a la significación del binomio Montesinos-Fujimori.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): El modelo semántico de la portada es una lectura más que todo crítica que se desglosa en indignación y reproche. En este sentido, la dupla de

actantes Montesinos-Fujimori conforma el foco político-social que reúne un grupo de antivalores universales que, además del lenguaje icónico, se interpretan en la frase clave del titular <<Uña y mugre>>. Por tanto, este titular -que incluye un modelo episódico- contiene velocidad cognitiva y crea un doble vínculo con el modelo semántico, porque no sólo explica el hecho en concreto (y que por medio de éste se comprende) de la noticia política peruana, sino que también trasciende lo específico y fuerza a la memoria semántica de la información a recordar hechos cognitivos paralelos en contextos similares.

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad de ‘necesidad’ de crítica y reproche para que atribuirles la responsabilidad compartida en los cargos de violación de los derechos humanos y evitar de alguna forma que mantengan la complicidad siniestra para que dejen de burlarse de la opinión pública. De ahí la ‘necesidad’ de satirizar el ícono mediante la caricatura y titular la noticia, <<Uña y mugre>>.
- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, el predicado que más se acerca a un significado de descripción de los actores sociales figura en parte del subtítulo superior <<...para limpiar a Fujimori>>, y parte del subtítulo inferior, <<...sigue siendo *socio del ex presidente...* y lo eximió de *responsabilidad en violaciones de derechos humanos.*>>.
- Lexicalización, lo podemos encontrar en el titular, <<Uña y mugre>>, en el subtítulo superior, <<Montesinos montó show para limpiar a Fujimori>> y en todo el bloque del subtítulo inferior: << Ex asesor puso en evidencia que sigue siendo

socio del ex presidente y lo eximió de responsabilidad en violaciones de derechos humanos. Ambos intercambiaron guiños, miradas, sonrisas en la audiencia en la Diroes>>.

- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: Mediante el titular <<Uña y mugre>>, se le atribuye responsabilidad al binomio Montesinos-Fujimori como los principales actantes en las violaciones de derechos humanos. En este sentido, el enunciador indica de manera clara el motivo principal de la noticia en el subtítulo superior, de alguna manera para advertir a ‘no creer’ lo que esta dupla desea plasmar, <<Montesinos montó show para limpiar a Fujimori>>. Por consiguiente, en el bloque informativo inferior se desmenuza el argumento proposicional del subtítulo superior, <<Ex asesor puso en evidencia que sigue siendo socio del ex presidente y lo eximió de responsabilidad en violaciones de derechos humanos. Ambos intercambiaron guiños, miradas y sonrisas en la audiencia en la Diroes>>.
- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta portada encontramos una forma de perspectiva general de crítica y de reproche ante la evidente carencia de dignidad que refleja este binomio simbolizado ya como una dupla amoral que juega entre lo tétrico y espeluznante en el manejo de la corrupción y de violación de los derechos humanos, por tanto se les atribuye una serie de antivalores con todo lo relacionado a lo que ‘no se debe hacer’ y de cuyas acciones no se deben olvidar porque han mellado la vida política del país durante la década de los 90’s del siglo pasado, y que de alguna manera lo siguen haciendo ante la mirada de la opinión pública.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: El titular es un claro ejemplo de analogía mental en relación al ícono ya que ambos -además de constituir una relación de complicidad- establecen una suerte de binomio sucio en la política peruana. Por tanto, el titular, que es una frase convencional, <<Uña y mugre>> es una especie de mimesis lingüístico en relación a la imagen trabajada: dos rostros repetitivos sonrientes de forma burlesca, como si fueran monstruos, donde uno contiene al otro y se necesitan. Sin embargo, la parte

lingüística que realmente tiene la función de proyección analógica para que ambos actantes sean considerados como lo establece el titular, está en la parte superior informativa, <<Montesinos montó show para limpiar a Fujimori>>.

- Retórica: En todo el discurso existe una retórica argumentativa *epidíctica* porque *condenada* manera contundente mediante el titular sobre la actitud de los actantes Vladimiro Montesinos y Alberto Fujimori. El principal motivo para establecer esa *condena* yace en el subtítular superior, <<Montesinos montó show para limpiar a Fujimori>>. De esta afirmación se desglosa la información que incluye todo el bloque inferior.

11.- La expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: De acuerdo a esta teoría, en esta portada sí se cumple la función de unicidad, en vista de que el objeto pertenece tal cual al titular y que por tanto, la imagen de los actantes principales comprenden significados de complicidad y perversidad, en donde uno contiene al otro y viceversa. En este sentido, <<Uña y mugre>> es un signo lingüístico puesto que funciona como una frase simbólica que ayuda a entender mejor la imagen trabajada a photoshop. Por su parte, el subtítulo superior actúa como un índice lingüístico del titular (y al mismo tiempo una suerte de signo) e índice metalingüístico de la parte icónica, ya que proyecta la experiencia real de la escena antiética de la dupla Montesinos-Fujimori.
- La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: Mediante la deducción anterior, tanto la parte lingüística – el titular (que es un texto verbo-visual) y el subtítular superior – que son proposiciones lexicalizadas, así como el *ícono*, que también está *lexicalizado visualmente*, fuerza la mirada del lector y hace que se produzca una suerte de vehemencia por querer leer más y entender el discurso tanto de la portada como del artículo en las páginas interiores del diario.

12.- Interacción

- El marco y foco o sujeto primario y secundario: Debido a la construcción gramatical del titular, <<Uña y mugre>>, no existe un marco ni un foco propiamente dicho puesto que es una frase y no una oración. Sin embargo, de acuerdo al tipo de lectura de la portada, se puede disponer de lo siguiente: <<Fujimori y Montesinos son uña y mugre>>, entonces según esta operación, ahí sí se puede producir una interacción entre el *sujeto primario* creado <<Fujimori y Montesinos>> y el *sujeto secundario*, que es donde se va producir la metáfora proyectada basada, en este caso, en una analogía <<son uña y mugre>>. En cuanto al subtítular superior, aquí es más fácil establecer un marco y un foco, dado que ésta sí es una oración, por tanto, <<Montesinos montó show para limpiar a Fujimori>>, el marco es lo que no se emplea metafóricamente y el foco es el término que sí se emplea metafóricamente, el verbo <<montar>>y<<limpiar>, que en este caso se entiende como <<preparar, armar>> y <<liberar, eximir>> respectivamente. En cuanto a la parte informativa inferior, ésta no es susceptible de analizarla según esta categoría metafórica.

13.- Proyección

- La experiencia sobre metáforas ontológicas: Dado que este tipo de metáforas se relaciona con las emociones, actividades, acontecimientos, para establecer un tipo de metáfora de proyección en este apartado, se procederá a realizar la siguiente construcción gramatical conforme se realizó en el ítem anterior, <<'Fujimori y Montesinos' son 'uña y mugre'>>. Por tanto, de esta modificación se puede establecer la relación 'sustancia' - 'entidad'; es decir, a través del dominio meta, 'Las personas son contenidos o pertenecen a una entidad', se interpreta el dominio fuente en este caso <<ambos actantes son 'sustancias' de una 'entidad' que es la complicidad y que se relaciona también con lo sucio>>.
- La experiencia sobre metáforas estructurales: En cuanto al subtítular superior <<Montesinos montó show para limpiar a Fujimori>> pertenece al dominio meta <<Toda discusión es una guerra>>, aunque no ganara en sus argumentos pero se

sobreentiende que utilizó una serie de elementos para ello. En cuanto al subtitular consecutivo, también pertenece a esta categoría, no obstante el dominio fuente no está muy preciso pero se sobreentiende: <<Ex asesor *puso en evidencia* que *siguesiendo socio* del ex presidente y *lo eximió de responsabilidad* de violaciones de derechos humanos>>. Por consiguiente, aquí Montesinos argumenta una idea indefendible, sin embargo su posición bélica es válida en el momento de encarar el juicio que se le hacen a la dupla siniestra Montesinos-Fujimori. La última premisa de este bloque no es susceptible de analizarlo en este apartado.

14.- Fusión Conceptual:

- Red de integración a través de redes de nivel único: En el titular, <<Uña y mugre>>, es necesario realizar la misma modificación que se hicieron en los categorías anteriores. Para efectos de este caso, se tendrá a bien considerar lo que se deduce a continuación, <<*Fujimori y Montesinos: uña y mugre*>>. En cuanto al subtitular superior ni inferior, no son susceptibles de ser analizados en este apartado.

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- Contigüidad/Similaridad: Existe metáfora de acuerdo a la construcción del titular, la cual se ha modificado para tal efecto, <<*Fujimori y Montesinos son uña y mugre*>>. Por tanto, existe una comparación interna entre los semas de tales actantes y la condición que ellos representan, de esta manera se produce una organización sémica. Los demás subtitulares no son analizables según este ítem.
- La catacresis en la metonimia/metáfora: En cuanto al titular no existe una aproximación en la característica de catacresis en la metonimia, sin embargo sí lo hay en relación a la metáfora. Por tanto <<Uña y mugre>> contiene esta cualidad debido a que se relaciona una condición del ser humano circunstancial que no es palpable con una descripción humana física, como es la uña y la mugre; de esta manera se establece complicidad entre entidad y sustancia, aunque de forma peyorativa.

En cuanto al subtítular superior, <<Montesinos *montóshow* para *limpiara Fujimori*>> contiene una suerte de *catacresis en la metonimia*, ya que ambos verbos conjugan con sus predicados a través de *una relación externa establecida por una convención*. Es decir, cualquier persona puede <<*montar un show*>> pero no puede utilizar un sinónimo como <<*cabalgar un show*>>. De la misma forma, sucede con <<*limpiar a alguien*>>, que según este contexto se refiere a <<*eximir a alguien de algo*>> pero no al acto mismo de <<*limpiar a una persona que está sucio de forma física*>>.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- El color rojo es un símbolo/signo: El subtítular superior <<Montesinos *montó show* para limpiar a Fujimori>> funciona como índice lingüístico del titular y al mismo tiempo del ícono, ya que constituye un signo metalingüístico y además está tipografiado en un fondo de color rojo, el cual establece una simbología altamente perceptiva.

El titular por su parte, contiene un color blanco por servir de contraste con la parte más oscura del fondo del ícono, además mantiene una relación cognitiva con el subtítular no sólo en su significado proposicional sino también un significado simbólico en cuanto al color en su tipografía.

- La metaforicidad del color rojo: En vista de que este color es un código simbólico y al ser parte del lenguaje icónico del subtítular superior, éste se constituye en una metáfora por todo lo explicado anteriormente.

17.- Metáfora y humor

- Analogía cognitiva y humor satírico: En la portada se presenta una lectura básicamente satírica dado que la imagen del objeto satirizado pertenece al titular tal cual: es una frase convencional que describe y presenta al ícono amorfo. Por tanto <<Uña y mugre>> es una analogía cognitiva lingüística del ícono

visualrepresentado como un binomio distorsionado, cuya característica es la complicidad,perversidad, y falta de dignidad ante los hechos evidentes; así lo establecen también la forma lingüística y discursiva de la portada a través de sus proposiciones. Conclusión: el ícono es una suerte de caricatura porque hace aparecer a los actantes como un monstruo de cuatro cabezas de los cuales se resalta el lado oscuro de ambos. La función de esta forma de lenguaje icónica se utiliza para criticar y rechazar sus conductas amorales y de esta manera intentar a que se sigan burlando del estado, sus instituciones y de la opinión pública.

18.- **El Stadium y el punctum:** En esta portada, el *studium* sería el subtítular superior porque tiene la función de signo al ser un índice metalingüístico del titular –y en menor medida del ícono-, y al mismo tiempo por estar tipografiado dentro de un vehículo metafórico como el color rojo. En este sentido, <<Montesinos montó show para limpiar a Fujimori>> es la puerta cognitiva que sirve como referente al imaginario de los hechos de la noticia, apoyado éste también por el bloque inferior informativo. En cuanto *al punctum*, el elemento que hiere o llama más la atención, es lo que representa el ícono en correlación con el titular y el subtítular superior, es decir al resultado imaginario y perceptivo de esos tres elementos, el cual se puede desglosar en la siguiente premisa, <<el binomio monstruoso de Fujimori-Montesinos se sigue burlando de la justicia y de la opinión pública sin ningún reparo>><<Cuándo acabará su burla o ¿será que todo las instituciones del país son corruptibles que hasta se mofan de los jueces?>>. En este sentido, la característica del *punctum* es un estado entre <<impotencia, miedo y vergüenza ajena>>.

19.- Metáforas visuales

Metáfora contextual e híbrida : En cuanto al discurso en general del enunciado, es una lectura icónica híbrida puesto que el binomio Fujimori-Montesinos contiene una forma caricaturesca de cuatro cabezas cuyos rostros repetitivos son burlescos, estructura que asemeja a un dolor de cabeza en el contexto político-social del país. Por tanto, esta proyección simbólica representa una premisa semántica lleno de críticas a través de proposiciones léxicas tanto en el titular verbo-visual y en el subtítular superior.

5.2.- Titular: Mintió

Fecha: 30 de enero del 2009



1- Contexto: Mediante la portada se establece que hay un contexto de situación política en la que se atribuye una falta de moral como primera lectura. Por tanto es una estructura en la que se basa en un juicio de valor de la mentira en contra de la actante principal, la contralora Ingrid Suárez; y que debido a ello se la caricaturiza mediante <<esa nariz alargada>> que simboliza el concepto de <<pinocho>>, de ahí el titular tipografiado en color rojo, que le otorga fuerza retórica <<Mintió>>. El otro actante, secundario, es la Escuela Técnica Superior de Guijón, y el actante menor, el propio medio, Perú21. En este sentido, la portada constituye una plataforma semántica axiológica y que de ahí se deriva otras sub-plataformas general y específica, es decir el subtítulo superior e inferior, en la cuales yacen el motivo de la crítica satírica, respectivamente: <<Ingrid Suárez no es Ingeniera Industrial ni egresada de la Escuela Politécnica Superior de Guijón>> // <<Autoridades universitarias de España confirman a Perú21 que designada Contralora ni siquiera aparece en los registros de ese centro de estudios y en el Perú firmó documentos como Ingeniera. Incluso, entregó falso certificado de notas al Congreso>>.

Por consiguiente, lo que el enunciador quiere dar a entender mediante esta portada, es manifestar la indignación y reproche a través del lenguaje caricaturesco de la estructura icónica de <<pinocho>>, de alguna manera para evitar que una vez descubierta <<la mentira>> de la actante, ella siga burlándose de la opinión pública. En este sentido, el medio recalca la otra parte de la <<indignación>> que se expone en la información en letras más pequeñas y de cuyas proposiciones están escritas de forma lexicalizadas, <<Autoridades universitarias de España confirman a Perú21 que designada Contralora *ni siquiera aparecen en los registros* de ese centro de estudios y *en el Perú firmó documentos como Ingeniera. Incluso, entregó falso certificado de notas al Congreso*>>.

2.- Discurso: A través del enunciado general, se establece la estructura semántica de la <<mentira>>. La lectura de la forma icónica es de rápida absorción cognitiva

puesto que se utiliza una plataforma convencional de la figura de <<pinocho>> sobre otra plataforma que es <<la Contralora, Ingrid Suárez>>, el resultado es la proposición icónica que no sólo se implanta de forma visual sino también en la mente: <<Ingrid Suárez es pinocha>>. A nivel lingüístico lo confirma el titular en color rojo, <<Mintió>> -el cual le da doblemente fuerza retórica-, pero la información modular yace en el bloque informativo superior e inferior, distribuido por orden en detalles de general a específico.

Por consiguiente, dentro de toda esa estructura de antivalor, existe un orden correlativo narrativo, el cual es el motivo principal en la utilización de colores y distribución lingüística. En primera instancia, la lectura de la imagen de la <<actante pinocha>> remite al titular <<¡Mintió!>>, proceso del cual se enfatiza la premisa axiológica, el cual además está en color rojo; por tanto funciona como signo lingüístico en toda la portada, y al mismo tiempo es símbolo metalingüístico en relación al objeto resultante <<La Contralora pinocha>>. En este sentido, el titular como signo lingüístico también remite al bloque informativo y lo hace a través del índice lingüístico <<Ingrid Suárez...>> que aparece al comienzo de la construcción gramatical superior en color rojo, como parte de la lectura de lo general a lo específico. Por último, este índice lingüístico remite a la huella de la actante, <<la Contralora pinocha>> y se procede a la lectura de la explicación informativa.

En cuanto a la forma gramatical del titular, éste tiene la función de texto verbo-visual dado que contiene el color imperativo del rojo que es un signo para llamar la atención, además que está lexicalizado porque aparece entre signos de exclamación << ¡Mintió! >>. Por tanto es un titular, que a pesar de ser solamente un verbo, dice mucho por la forma como se presenta y por la ubicuidad de ésta. En este sentido, el titular es *la palabraclave* sobre cuyo eje gira toda la historia. De ahí que, en virtud a entender mejor el plano narrativo de la estructura general, se procede a realizar lo siguiente: <<La Contralora *Ingrid Suárez* –quien es una *pinocha*- *¡mintió!* acerca de su condición de Ingeniera Industrial, ya que *según autoridades universitarias de*

España, ni siquiera aparece en los registros académicos del Instituto Politécnico de Guijón>> .

En cuanto a los subtitulares, éstos debido a que contienen alto grado de *valorperformativo*, porque son de naturaleza *constatativos*, se pueden transformar en *enunciados performativos expositivos*. Por tanto, se deduce lo siguiente, <<Afirmo que Ingrid Suárez no es Ingeniera Industrial ni egresada de la Escuela Politécnica Superior de Guijón>> // <<Afirmo que las autoridades universitarias de España confirman a Perú21 que designada contralora ni siquiera aparece en los registros de ese centro de estudios y en el Perú firmó documentos como ingeniera>> // <<Advierto que incluso entregó falso certificado de notas al Congreso>>.

En este sentido, el objetivo del diario es proponer una lectura fácil y rápida mediante el impacto icónico de una caricatura establecida por una convención que se sostiene en la redundancia léxica como es el titular <<¡Mintió!>>, con el propósito de enfatizar el discurso crítico pero también de juzgar la acción de mentir dadas las condiciones de la autoridad política de la actante. Por tanto, en este caso, el titular es la palabra clave que tiene una función retórica, la misma que remite al índice lingüístico donde aparece en la primera parte de la construcción del bloque superior, <<Ingrid Suárez...>> el cual está en color rojo y que trabaja como la puerta cognitiva que trasmite el escenario de la imaginario mediante la lectura de ambos bloques.

3.- Acción: A través de la estructura semántica se establece una lectura acusatoria, por tanto no hay acuerdo pero tampoco se observa un desacuerdo explícito puesto que no aparecen declaraciones de la actante satirizada. En ese sentido Ingrid Suárez es una actante pasiva, y el otro actante, que es la Universidad Politécnica de Guijón, sí aparece como agente activo, ya que el medio, Perú21, expone su declaración y lo eleva de categoría por ser una autoridad moral en el contexto estudiantil extranjero donde estudió la actante acusada y principal, en este caso en

España.

4.- Identidad/Pertenencia: El enfoque noticioso contiene una ideología crítica la cual se basa en un antivalor que es la mentira. Por consiguiente, el juego narrativo implica a dos actantes –la contralora peruana Ingrid Suárez y la Escuela Politécnica de Guijón en España-, que aparecen aislados según la estructura del discurso y que de alguna manera mantienen una relación en conflicto tácito. Por tanto, la actante principal es de alguna forma discriminada por el medio –el actante menor porque también tiene participación dentro del discurso-, en vista de que no aparece ninguna declaración de ella en la portada. Mientras que el otro actante, la Escuela Politécnica de Guijón, tiene más importancia por parte del medio y es mediante la declaración de la institución española que el medio, el actante menor quien también es el enunciador de la historia, construye su estructura de crítica y reproche.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): Por medio de la representación de la memoria episódica en relación al discurso noticioso, se establece un hecho concreto que pertenece al contexto político y social peruano, el cual se ve reflejado por medio de hechos situacionales que corresponden también a estructuras universales (modelos semánticos) como son la falta de ética a través de la mentira. Por tanto, el enfoque noticioso se expone rápidamente mediante la palabra clave **¡Mintió!**, el cual tiene la función además de otorgar una fuerza retórica puesto que el ícono también representa y simboliza mentalmente lo que titular manifiesta, <<la contralora pinocho>>. En este sentido, el lector puede crear modelos también de crítica, burla e indignación.

6.-Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): Como parte de este modelo, debido a los modelos de hecho o episódicos de engaño, este modelo mental hace que se construya la perspectiva icónica de la caricatura de la <<contralora pinocho>>, para atribuirle la responsabilidad de su actitud y al mismo tiempo para reprocharle a través de la plataforma de la burla, el que haya engañado al estado sobre su condición de Ingeniera Industrial. Esta actitud por parte

del enunciador se refleja más en el bloque inferior, <<Autoridades universitarias de España confirman a Perú²¹ que designada contralora ni siquiera aparece en los registros de ese centro de estudios. Incluso entregó falso certificado de notas al Congreso>>. Por tanto, de forma directa, el enunciador mantiene una ideología de crítica e indignación en relación a la actante principal tanto de forma lingüística como de manera icónica.

7.- Modelos parciales: Debido al estilo discursivo que utiliza el enunciador, se puede deducir que ciertos modelos ideológicos representados en la portada, han extrapolado de manera contundente su parcialidad en tanto cuanto no hay declaraciones de la actante principal -quien es la agraviada por ser el blanco de la crítica satírica- para que alegue su defensa. De ahí que no sólo se observa la crítica a través de la plataforma burlesca de <<la contralora pinocho>> sino también mediante los contenidos lingüísticos lexicalizados distribuidos en el titular y el resto de bloques informativos.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): El modelo semántico de la portada es una lectura más que todo de crítica que se desglosa en indignación y reproche. Por consiguiente, se establecen plataformas universales semánticas para que el mensaje sea más claro, conciso y rápido. En este sentido, de acuerdo a la teoría de la recepción de la noticia de Van Dijk, se produce velocidad cognitiva por medio del símbolo de la nariz alargada, ya que evoca rápidamente a <<la nariz de pinocho>>, de esta manera se constituye la ley del mínimo esfuerzo por parte del receptor.

Por consiguiente, por medio de este estilo narrativo, se crea retroalimentación entre la modelos episódicos y semánticos, ya que la representación mental (memoria episódica) que origina en el recepto provoca una tensión cognitiva y obliga al receptor a recordar sobre ese hecho específico, proceso del cual la memoria semántica sirve de puente, estableciéndose así un doble vínculo cognitivo entre ambos modelos (memorias).

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad de ‘necesidad’ de crítica y reproche para atribuirle la responsabilidad a la actante principal, Ingrid Suárez, por haber mentido al estado peruano y a la opinión pública.
- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, el predicado que más se acerca a un significado de descripción de los actores sociales figura en parte del subtítular superior <<...no es Ingeniera Industrial ni egresada>>, y parte del subtítular inferior, <<...designada contralora ni siquiera aparece en los registros de ese centro de estudios.>>.
- Lexicalización, lo podemos encontrar en el titular, <<¡Mintió!>>, y en todo el bloque de los subtítulos, <<Ingrid Suárez no es Ingeniera Industrial ni egresada de la Escuela Politécnica Superior de Guijón>> // <<Autoridades universitarias de España confirman a Perú²¹ que designada contralora ni siquiera aparece en ese centro de estudios y en el Perú firmó entregó documentos como Ingeniera. Incluso, entregó falso certificados de notas al Congreso
- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: Mediante el titular <<¡Mintió!>>, se le atribuye responsabilidad a la actante, Ingrid Suárez, -criticada en la portada con la nariz de pinocho-, por haber mentido de esa magnitud, ya que es un hecho sustancial e intolerable debido al cargo institucional que ocupa. En cuanto al otro actante, la Escuela Politécnica Superior de Guijón, cumple un papel importante en el discurso por trabajar como el complemento cualitativo que define

la plataforma discursiva de la mentira. En cuanto, al otro actante menor, que es el mismo medio, 'Perú21', cumple la función de entidad periodística que sostiene al enunciador, desde el director periodístico, el diseñador gráfico que hace la portada hasta el mismo periodista que escribe el artículo. Por consiguiente, el director periodístico y el periodista son los que asumen la función de juez y son los que aprueban la plataforma final del discurso.

- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta portada encontramos una forma de perspectiva general de crítica e indignación por parte del enunciador ante la carencia moral de la actante principal, Ingrid Suárez, <<por haber ¡mentido!>> y jugado con un elemento cualitativo sumatorio para el cargo que ocupa. Por tanto, se le atribuye el papel de <<gran mentirosa>> y falta de ética y estos puntos de opinión se observan en las proposiciones lingüísticas y en el lenguaje icónico.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: El titular es un claro ejemplo de analogía mental en relación al ícono, el cual va de la mano en cuanto su enfoque léxico. Por tanto, el titular <<¡Mintió!>> no es sólo un verbo en tiempo pasado sino que también expresa una actitud negativa que engloba toda la estructura semántica y califica el alto grado de desaprobación a través de la lexicalización. Por tanto, hay mimesis a nivel visual y mental en la misma proporción que hay proyección calificativa semántica.
- Retórica: En todo el discurso existe una retórica argumentativa *epidíctica* porque *condenada* manera contundente mediante el titular sobre <<la actitud mentirosa de Ingrid Suárez>>, el cual se lexicaliza más en la parte icónica a través de la plataforma de <<la nariz de pinocho>>. En cuanto a nivel persuasivo, en el discurso retórico predomina más la característica de *Logos*, porque a pesar que se utiliza analogía y metáforas y apela a la parte emocional, éstos se basan en argumentos lógicos dado que la actante principal no sería catalogada como la gran mentirosa si

el medio, por parte del enunciador del discurso, no hubiese confirmado a través de la autoridad representativa de la Escuela Politécnica de Guijón que lo que afirma Suárez no es verdad.

11.- La expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: La estructura general de la portada cumple una función redundante debido a que existe unicidad pero en la fuerza discursiva dado. Por consiguiente, el titular en relación al ícono no son complementos en su totalidad sino más bien elementos de similitud cognitiva, por tanto hay una reproducción a nivel léxico que semánticamente son uno solo en el mensaje.
- La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: Mediante la deducción anterior, tanto el ícono como la parte lingüística – el titular (que es un texto verbo-visual), los cuales son proposiciones lexicalizadas, son características importante que sirven de impacto a nivel visual y que por tanto, mediante este resultado va ocasionar a forzar la mirada al lector y por tanto a nivel cognitivo le producirá interés por leer tanto los subtitulares como las páginas donde aparecen todo el artículo.

12.- Interacción

El marco y foco o sujeto primario y secundario: Debido a la construcción gramatical del titular, <<¡Mintió!>>, no existe un marco ni un foco propiamente dicho puesto que no es una oración sino un verbo; tampoco existe un marco ni un foco en la oración siguiente, la cual se puede deducir de acuerdo a la lectura general de la portada: <<Ingrid Suárez mintió en su condición de Ingeniera Industrial, así lo confirmó la Escuela Politécnica de Guijón donde dice ella haber estudiado>>. Por tanto, hay un marco o un sujeto primario evidente pero no existe un foco metaforizado o un sujeto secundario metaforizado pues que la oración construida es demasiado literal. Lo mismo sucede con el bloque informativo de los subtitulares.

13.- Proyección

La experiencia sobre metáforas estructurales: En toda la portada, debido a su estructura semántica y léxica se resalta la metáfora estructural de <<Toda discusión es una guerra>>. En este sentido, el titular que es un verbo en tiempo pasado, encierra toda una plataforma de indignación y reproche. De ahí que es necesario desglosar lo siguiente: <<'Ingrid Suárez quedó desmentida ante confirmación de la Escuela Politécnica de Guijón de que nunca estudió ahí la carrera de Ingeniería Industrial>>. Esta premisa de proyección estructural, se refleja más en la primera parte de las proposiciones del bloque inferior: <<Autoridades universitarias de España confirman a Perú²¹ que designada contralora ni siquiera aparece en los registro de ese centro de estudios>>. Por tanto, mediante esta lectura tanto general como específica, se establece un ganador y un perdedor, en donde la perdedora actante es la criticada y satirizada bajo la plataforma icónica híbrida de <<la gran mentirosa>> proyectada también de forma lingüística a través de su titular en rojo y lexicalizado.

14.- Fusión Conceptual:

Red de integración a través de redes de nivel único: A nivel del lenguaje icónico es evidente que hay una suerte de fusión conceptual. En cuanto al titular también se produce tal, pero para ello, igual que en anterior apartado, es necesario hacer el siguiente procedimiento: <<Escuela Politécnica de Guijón: "Ingrid Suárez nunca estudió en este centro>>. En cuanto a la construcción de los subtitulares, no son susceptibles de ser analizados en esta teoría.

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

Contigüidad/Similaridad: Existe metáfora de acuerdo a la construcción de la portada en general en relación al titular, en vista de que la plataforma axiológica de <<pinocho>> es similar a la persona de la actante principal por haber mentido sobre su condición de haber estudiado Ingeniería Industrial en el exterior. Por tanto, de esta premisa se puede desglosar lo siguiente: <<Ingrid Suárez es *pinocha* porque nunca estudió en la Escuela Politécnica

Superior de Guijón>>.

16.- El color rojo como atributo metafórico

El color rojo es un símbolo/signo: Tanto el titular <<¡Mintió!>> como parte del subtítular superior donde aparece el nombre de la actante principal <<Ingrid Suárez....>> contienen el color metafórico del rojo, por tanto son signos y metáforas porque transportan información más allá del plano lingüístico ya por el sólo hecho de comprender ese color. En el caso del titular transporta información semántica y léxica, y al mismo tiempo proyecta una condición, una figura dentro de un escenario. En el caso del subtítular contiene un significado meramente lingüístico pero que al mismo tiempo funciona como índice correlativo del titular y complementa la historia narrativa al darle nombre a ese sujeto que contiene esa condición dentro de ese escenario mental.

17.- Metáfora y humor

Analogía cognitiva y humor satírico: En la portada se presenta una lectura básicamente de crítica y de ahí la utilización del humor satírico. Por tanto hay humor y metáfora porque mediante la unión de lo lingüístico y lo icónico existen plataformas semánticas a priori que trabajadas proyectan doble significado o doble plano referencial, en la que a través de esta caricatura se vincula lo exterior de la figura del pinocho con lo interior de la figura de la actante principal. Por tanto yace aquí el concepto de ciencia fisiognómica, en la cual parte del alma física de Ingrid Suárez -es decir los valores, las verdades y deseos- se extrapola a través del contenido simbólico de pinocho, plataforma que revela su verdad oculta de una manera jocosa.

18.-El Stadium y el punctum: En esta portada, el *studium* sería los dos campos cognitivos asociados: la nariz alargada trabajada en *photoshop* que simboliza <<la mentira>>, puesto que conlleva a la inmediatez de la risa y al mismo tiempo el titular escrito en color rojo bajo signos de exclamación (lexicalización) en vista de que enfatiza el mensaje, por tanto

produce impacto a nivel cognitivo. En cuanto al *punctum*no existe algo propiamente que hiere puesto que toda la estructura de la portada es risible, pero al mismo tiempo causa indignación o reproche. En ese sentido, lo que se puede rescatar para hallar ese elemento que hiere sería saber por qué <<mintió>> de esa forma, dado que en estos días se puede confirmar la información rápidamente. Por tanto, desde el otro plano, motiva saber si realmente estudio algún curso y si fuese así, entonces la autoridad moral estaría <<mintiendo>> ya que oculta algunas circunstancias pequeñas.

19.- Metáforas visuales

Metáfora híbrida : En cuanto al discurso en general del enunciado, es una lectura icónica híbrida puesto que se juntan dos plataformas, la física humana y la de un muñeco de cuyo rasgo característico y convencional es su nariz alargada que simboliza la categoría de mentiroso. En ese sentido, este elemento simbólico connota también cierta forma movimiento, por lo que se le puede catalogar también como una forma de metáfora híbrida multimodal.

5.3.- Titular: No acabó el colegio

Fecha: 30 de enero del 2009



1.- Contexto: Al igual que en la portada anterior, se constituye una situación política en la que se atribuye como primera lectura, la mentira. Por tanto es una estructura de tipo axiológica donde se hace un juicio de valor, a través del titular <<No acabó el colegio>>, la cual está simbolizada de manera icónica superpuesta en otra estructura no humana como es el animal <<burro>>. Por tanto, el actante principal, quien es representado a través de unas orejas de burro, es ridiculizado mediante la sátira humorística. Es necesario especificar que el discurso no contiene más actantes que avalen esa conclusión en la noticia, que <<el congresista es un burro porque no acabó el colegio>> dado que él mismo lo confirma ante el medio, premisa de la cual el enunciador añade una lexicalización que refuerza el concepto de falsedad, así lo indica en el subtítular que aparece en *color rojo*: <<Congresista Espinoza: Más mentiras en su hoja de vida>>.

Por consiguiente, lo que el enunciador quiere dar a conocer- al igual que en la portada anterior- es proyectar el concepto de indignación y reproche a través del lenguaje caricaturesco de la estructura icónica de <<las orejas de burro>> sobre la cabeza del parlamentario, información que forma parte de una retahíla de mentiras, como lo dice en uno de los subtítulos y que al mismo tiempo, el medio le da importancia puesto que el mentiroso, al ser <<un padre de la patria>> no merece esa posición y que debe ser destituido rápidamente. De ahí que es necesario representarlo de esa forma y no de otra, de tal manera que tenga un efecto de rechazo en la opinión pública.

2.- Discurso: A través del enunciado general, se establece la estructura semántica de la <<mentira>>. La lectura de la forma icónica es de rápida absorción cognitiva puesto que se utiliza una plataforma convencional de la figura de <<las orejas de burro>> sobre otra plataforma que es <<el congresista Espinoza>>. El motivo de esa estructura es que <<el parlamentario no acabó el colegio>>, premisa de la cual es confirmada por él mismo. Por tanto, a diferencia de la portada anterior, es una noticia confirmada por el mismo actante criticado, lo cual lo hace ser de alguna manera más vulnerable pero al mismo tiempo más sincero al punto que el enunciador tenga <<cierta piedad sobre él>>, de ahí su rostro a mitad de la portada, este enfoque icónico se presta a una lectura más que de indignación,

pintoresca pero que tampoco deja de ser una crítica mordaz. Por otro lado, <<No acabó el colegio>> es un titular del cual se le vincula con parte del subtítular superior <<...Más mentiras en su hoja de vida>>, proposiciones que comparten la misma característica del color rojo. En este sentido, esta parte del subtítular superior es un índice lingüístico del titular que tiene la función de ser una especie de *pre-titular*, con lo cual se establece un orden correlativo en la narración, primero se lee esa parte del subtítular para leer luego el titular grande y más importante.

Por su forma de construcción, el titular que es de naturaleza *constatativa* porque describe en tercera persona, contiene un valor *performativo* primario, puesto que se puede parafrasear de la forma siguiente: <<Afirmo que no acabó el colegio>>. No se puede proceder de la misma manera con el subtítular superior puesto que aparece como un bloque lineal en forma de sentencia la cual equipara el nombre del único actante en el discurso con un antivalor sumatorio, proposición del cual ya se explicó su importancia en el párrafo anterior, el cual aparece en *color rojo*: <<Congresista Espinoza: Más mentiras en su hoja de vida>>. En cuanto al subtítular inferior, éste se muestra en la cabeza de la plataforma que pertenece a las orejas de burro <<Parlamentario confirma que sólo estudió hasta tercero de secundaria>>. En este sentido, <<y visto desde el punto de vista del abogado de diablo>>, esta forma de distribución de proposiciones hace suponer que el congresista, una vez más <<metió la pata>> al confirmar la noticia de no haber terminado la secundaria. En relación a su construcción gramatical, éste se puede ser parafraseado de la siguiente manera: <<Afirmo/Advierto que congresista confirma que sólo estudió hasta tercera de secundaria>>, por tanto es una oración con valor *performativo primario*.

En este sentido, el objetivo del diario es proponer una lectura fácil y rápida mediante el impacto icónico de una caricatura establecida por una convención como son <<las orejas de burro>>, que -al igual que en la portada anterior- se sostiene en una redundancia, en este caso semántica: <<No acabó el colegio>>. En este sentido se enfatiza el discurso crítico pero también se juzga la acción de *fingir de nuevo con respecto a su currículum*, así lo indica parte de la proposición en color rojo que yace en el subtítular principal. Por tanto, el titular y la proposición del subtítular en este caso, conforman la fuerza retórica en el

discurso a nivel lingüístico y la figura de las <<orejas de burro>> le añade la parte satírica potenciando su persuasión en el mensaje. No obstante la noticia del por qué toda esa estructura discursiva se encuentra en el subtítular inferior, <<Parlamentario confirma que sólo estudio hasta tercero de secundaria>>.

3.- Acción: A través de la estructura semántica se establece una lectura acusatoria dentro de un nivel único de referencia puesto que el principal motivo de la noticia lo confirma el mismo actante, proposición que aparece en la parte del bloque inferior. Por consiguiente, hay un acuerdo, una confirmación, y en este caso una confesión en donde el medio es el confesor. Por tanto la acción discursiva podría interpretarse como un castigo metafórico con el símbolo adecuado de la estructura de <<las orejas de burro>>. En ese sentido, el congresista Espinoza es una actante activo el cual admite su culpa ante el medio y la opinión pública.

4.- Identidad/Pertenencia: El enfoque noticioso contiene una ideología crítica el mismo que se basa en un antivalor que es el engaño, del cual el actante confirma la condición de <<haber mentido>>. Por consiguiente, no hay más juego narrativo que el discurso de la indignación y reproche por parte del medio, y en cuanto al actante no hay más remedio que el discurso de la confesión. En este sentido, el enunciador tiene la función de hacer visible lo que el actante esconde como noticia. Por su parte, el actante, quien es una figura pública y padre de la patria, cumple con la función de actuar con rectitud y pulcritud al dictaminar leyes y mediante éstas ayudar y defender a la ciudadanía; sin embargo, no se puede proceder a tales procedimientos si es que el congresista no tiene la formación superior adecuada, y en este caso, el parlamentario Espinoza ha faltado a esa premisa y se ha burlado del estado y la opinión porque <<jugó sucio>> y en medio de tantas mentiras, ésta última es la que lo corona como <<el congresista *burro*>>.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): Por medio de la representación de la memoria episódica en relación al discurso noticioso, se establece un hecho concreto que pertenece al contexto político peruano que tiene que ver con lo moral. Estos modelos mentales se ven reflejados a través de hechos

situacionales que corresponden también a estructuras universales (modelos semánticos) como son la falta de valores a través del engaño. Por tanto, el enfoque noticioso se expone rápidamente mediante la frase clave que aparece en titular rojo <<No acabó el colegio>>, el cual tiene la función además de otorgar una fuerza retórica semántica puesto que el ícono también representa y simboliza mentalmente lo que titular manifiesta, y esto se deduce en lo siguiente, <<el congresista es un burro por no acabar la secundaria>>. En este sentido, el lector puede crear modelos de crítica, burla, rechazo e indignación.

6.-Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): Como parte de este modelo, debido a los modelos de hecho o episódicos de engaño, este modelo mental hace que se construya la perspectiva icónica de la caricatura del <<congresista burro>> para atribuirle la responsabilidad de su engaño y al mismo tiempo para reprocharle a través de la estructura de la burla, el que haya mentido una vez más al estado peruano. Así lo dice el titular y el subtitular. Por tanto, de forma directa, el enunciador mantiene una ideología de crítica e indignación en relación al actante principal tanto de forma lingüística como de manera icónica.

7.- Modelos parciales: Debido al estilo discursivo que utiliza el enunciador, se puede deducir que ciertos modelos ideológicos representados en la portada se han extrapolado de manera contundente en la portada. De ahí que es necesario recalcar, de que la noticia, por ser de naturaleza crítica por el lado del medio, y confesable por el lado del actante criticado, no contiene un modelo parcial dado que la información de aspecto satírico se base en su corroboración de <<no haber terminado los estudios secundarios>> del cual se concluye que es otro elemento más negativo en su hoja de vida, así lo manifiesta el subtitular superior.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): El modelo semántico de la portada es una lectura más que todo de crítica que se desglosa en indignación y reproche. Por consiguiente, se establecen plataformas universales semánticas para que el mensaje sea más claro, conciso y rápido. En este sentido, de acuerdo a la teoría de la recepción de la noticia de Van Dijk, se produce

velocidad cognitiva por medio del símbolo de las orejas de burro, ya que evoca rápidamente a <<una persona que no terminó de estudiar>> de forma peyorativa. De esta manera se constituye la ley del mínimo esfuerzo por parte del receptor.

Por consiguiente, por medio de este estilo narrativo, se crea retroalimentación entre la modelos episódicos y semánticos, ya que la representación mental (memoria episódica) que origina en el receptor provoca una tensión cognitiva y obliga al receptor a recordar sobre ese hecho específico, proceso del cual la memoria semántica sirve de puente, estableciéndose así un doble vínculo cognitivo entre ambos modelos (memorias).

9.- Propositiones

- ❖ Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad de ‘necesidad’ de crítica y reproche para atribuirle la responsabilidad al actante principal, el congresista Espinoza, por haber ocultado el no haber terminado los estudios secundarios.
- ❖ Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, el predicado que más se acerca a un significado de descripción de los actores sociales figura en parte del subtítulo superior <<...Más mentiras en su hoja de su vida>>.
- ❖ Lexicalización, lo podemos encontrar en el titular, <<No acabó el colegio>>, y en todo el bloque de los subtítulo superior, <<Parlamentario confirma que sólo estudió hasta tercero de secundaria>>.

- ❖ Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: Mediante el titular <<No acabó el colegio>>, se le atribuye responsabilidad al actante, el congresista Espinoza, - criticado en la portada con <<la plataforma de las orejas de burro>, por haber ocultado sobre la verdad de su condición de sus estudios de no haber terminado el colegio. Por tanto, en su calidad de congresista, el haber guardado ese aspecto importante, el cual es un hecho de categoría axiológica y moral, significa fingir doblemente porque mediante esa mentira, el parlamentario antes de postular a ese cargo, se sobrentiende que ha culminado sus estudios del colegio.
- ❖ Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta portada encontramos una forma de perspectiva general de crítica e indignación por parte del enunciador ante la carencia moral del actante principal, el congresista Espinoza, <<por haber ocultado la categoría de no haber terminado el colegio>> y jugado con un elemento cualitativo sumatorio para el cargo que ocupa. Por tanto, se le atribuye el papel de <<incapaz>> y falta de ética y que un congresista con esa formación no merece seguir siéndolo, así se lee mediante las proposiciones lingüísticas y en el lenguaje icónico.

10.- La perspectiva clásica

- ❖ Poética: El titular es un claro ejemplo de analogía mental en relación al ícono. Por tanto, el titular <<No acabó el colegio>> es una oración gramatical que es la mimesis semántica de la proyección icónica del <<congresista burro>>.
- ❖ Retórica: En todo el discurso existe una retórica argumentativa *epidíctica* porque *condena* de manera contundente mediante el titular sobre <<No acabó el colegio>>, el cual se lexicaliza más en la parte icónica a través de la plataforma del <<congresista burro>>. En cuanto a nivel persuasivo, el discurso retórico se encuentra entre *pathos* y *logos*; *pathos* porque apela a mecanismos emocionales mediante analogías, metáforas y símbolos y construye una historia para que el receptor se sienta partícipe de esa indignación y reproche de la que el enunciador establece; y *logos* porque mediante proposiciones lógicas como es la confirmación del actante criticado, el mensaje se funde por sí mismo y apela en este caso al sentido común, porque si el parlamentario no

hubiese declarado y corroborado la afirmación del enunciador, se produciría una especulación y el discurso estaría calificado como amarillista.

11.- La expresión cognitiva verbo-visual:

- ❖ La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: Al igual que la portada anterior, la estructura general de la portada cumple una función redundante debido a que existe unicidad pero en la fuerza retórica. Por consiguiente, el titular en relación al ícono no son complementos en su totalidad sino más bien elementos de similitud cognitiva, por tanto hay una reproducción a nivel icónico en relación con la proposición lingüística.
- ❖ La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: A nivel cognitivo se produce impacto visual mediante el humor satirizado, por tanto el lenguaje icónico que es de por sí lexicalizado contiene la función escénica del titular. En ese sentido, se puede producir una pasión escópica de querer saber más sobre los hechos. No obstante, debido a que el único actante activo en el discurso, el parlamentario Espinoza, ya confirma lo que el titular indica, puede que este fenómeno visual de querer “ver” más allá de las proposiciones escritas en la portada principal, no se consuma del todo y sólo se queda en la lectura de la caratula informativa.

12.- Interacción

- ❖ El marco y foco o sujeto primario y secundario: <<No acabó el colegio>> es una afirmación gramatical de mucho contenido literal. El marco se presenta de manera clara pero no hay un foco metaforizado propiamente dicho. Lo mismo sucede con el bloque de subtítulos.

13.- Proyección

- ❖ La experiencia sobre metáforas estructurales: En toda la portada, debido a su estructura general del <<engaño>> se resalta la metáfora estructural del dominio meta, <<Toda discusión es una guerra>>, en donde el actante criticado es el perdedor y el enunciador es el ganador, al igual que la opinión pública. En este sentido, el titular, <<No acabó el

colegio>> es la consecuencia semántica de la confirmación del propio actante, proposición lingüística que aparece en la parte inferior. Por consiguiente, en la guerra discursiva, éste se deja vencer. De ahí que es necesario que el titular se reinterprete del siguiente modo: <<El congresista Espinoza admitió no haber terminado el colegio>>. Por otro lado, en cuanto al subtítular superior, éste no es susceptible para ser analizado dentro de esta teoría. En cuanto al subtítular inferior, sucede lo mismo que con el titular, por tanto, <<Parlamentario confirma que solo estudió hasta tercero de secundaria>>, corresponde también a este ítem, y del cual se entiende puesto que es el motivo principal de la noticia de donde nace el enfoque satírico y por tanto la proyección estructural de este del dominio meta.

14.- Fusión Conceptual:

- ❖ Red de integración a través de redes de nivel único: A nivel del lenguaje icónico es evidente que hay una suerte de fusión conceptual. En relación a la parte lingüística, éste tipo de metáfora se puede hallar en el subtítular superior, <<Congresista Espinoza: Más mentiras en su hoja de vida>>.

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- ❖ Contigüidad/Similaridad: En esta apartado, sucede lo mismo que en la portada anterior, por tanto se procede a realizar lo siguiente: <<Congresista Espinoza es un *burro* por no haber terminado el colegio>>. La relación entre la figura humana y la figura del animal es similar y da entender que el actante satirizado se parece al *burro*, por lo que convencionalmente significa en función de sus habilidades intelectuales.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- ❖ El color rojo es un símbolo/signo: Tanto el titular <<No acabó el colegio>> así como parte del subtítular, <<...Más mentiras en su hoja de vida>>, contienen el color metafórico del color rojo, por tanto son signos y metáforas porque transportan información más allá del plano lingüístico. En el caso del titular, éste transporta

información semántica, el cual es proyectado en la parte icónica. En el caso de esa parte del subtítular superior, éste funciona como un índice lingüístico del titular que ayuda a la correlación de la historia narrativa.

17.- Metáfora y humor

Analogía cognitiva y humor satírico: En la portada se presenta una lectura básicamente de crítica, de indignación frente a un antivalor <<del engaño>>, en vista que al actante se le descubre su real condición de no haber terminado el colegio; de ahí la utilización del humor satírico. Por tanto hay humor y metáfora porque mediante la unión de lo lingüístico y lo icónico existen plataformas semánticas a priori que trabajadas proyectan doble significado o doble plano referencial, en la que a través de esta caricatura se vincula lo exterior de la figura del burro con lo interior de la figura del actante principal. Por consiguiente, yace aquí el concepto de ciencia fisiognómica, en la cual parte del alma física del parlamentario Espinoza sobre sus valores, verdades y deseos, se extrapolan a través del contenido simbólico de las orejas de burro, plataforma que revela su verdad oculta de una manera jocosa.

18.- **El Stadium y el punctum:** Al igual que en la portada anterior, el *studium* sería la unión de los dos campos cognitivos asociados: la plataforma de <<las orejas de burro>> trabajada en *photoshop* que simboliza <<la incapacidad>> y la lectura del titular y el subtítular superior, puesto que conlleva a la reflexión; es decir, más allá de la risa inmediata que pueda ocasionar la imagen, esta mentira no es sólo la única sino que hay muchas más en la hoja de vida de este congresista. Por consiguiente, mediante este análisis se puede intuir que no hay un filtro exhaustivo en la elección para tales cargos políticos que representan al estado peruano. En cuanto al *punctum*, el elemento que punza o lastima, no son <<las orejas de burro>>, en vista de que se han puesto ahí para un propósito, tampoco el titular que hace la función de mimesis icónica, ni tampoco el subtítular que es la antesala cognitiva al discurso, sino más bien el rostro a medias del actante satirizado. Es decir, en virtud a establecer un imaginario sin burlas ni crítica, el actante aparece sólo, desnudo y sin derecho a hablar en su defensa a través del <<por qué lo hizo>>, simplemente confirma <<la verdad secreta>>, de ahí que su actitud puede parecer a la de un actante arrepentido y

el medio, el confesor que lo castiga. Por tanto, el *punctum* sería lo que no está establecido en la portada, ya que dentro de una premisa de antivalor, puede que haya un valor que se ha ido deteriorando con el paso de las circunstancias. Sin embargo, el *punctum* también puede ser una forma de *studium* pero en mayor grado, es decir, mediante el análisis de la situación política amoral, esto significa que hay demasiada corrupción y que la clase política está sumamente dañada y que por tanto, no se puede confiar en nadie, esta situación puede traer a la memoria, al ex Presidente, Alberto Fujimori, que al parecer postuló a la presidencia manteniendo aún la nacionalidad japonesa.

19.- Metáforas visuales

- ❖ Metáfora híbrida : En cuanto al discurso en general del enunciado, es una lectura icónica híbrida puesto que se juntan dos plataformas, la física humana, en este caso la del congresista Espinoza y la plataforma de una figura animal, como son las orejas de burro, lo cual simbólicamente se le adjudica al actante que es <<incapaz>> por no haber terminado el colegio y que como ‘padre de la Patria’ es <<doblemente incapaz>> por no estar bien formado académicamente, puesto que carece de estudios superiores muy necesarios en la era del conocimiento, de la globalización y competitividad. Por tanto, más allá de descubrir <<el engaño>>, se lanza el mensaje subliminal de que es necesario retirarlo del cargo.

5.4.- Titular: En aprietos

Fecha: 16 de setiembre del 2014



1.- Contexto: Esta portada constituye un contexto de situación debido al ambiente político, además de una evidente carencia de transparencia en el lenguaje gestual y corporal. Por tanto, toda la estructura contiene elementos semióticos <<no verdaderos>> porque su lectura así lo indica a través de un juicio de valor.

De esta manera, el actante principal, el congresista José León, es juzgado al ser presentado como <<sorprendido>>, así lo establece los cuatro fotogramas donde aparece. Esta subestructura se asemeja a una cinta de vídeo, como una especie de mini-película, la cual fija un lenguaje discursivo entre serio e hilarante que corrobora lo que el titular verbo-visual critica <<En aprietos>>. En este sentido, se ironiza al actante principal de forma icónica mediante el tratamiento de las imágenes, es decir se establece una suerte de lexicalización icónica que en conjunción con la estructura semántica del titular y el subtítular implantan una lectura de atribución de responsabilidad de <<jugarle sucio>> a la política peruana.

El contexto cobra mayor representatividad anti-moral porque la historia narrada se realiza dentro del Congreso de la República, con lo cual el congresista tiende a expresar con más evidencia la incomodidad del caso. Por tanto, el enunciador aprovecha de alguna forma tales circunstancias para decretar que el congresista <<está en aprietos>>, por todo lo anteriormente explicado, pero además porque el motivo principal de tal <<fastidio>> yace en el subtítular, donde <<le exigen que aclare posible nexos con el narcotráfico>>.

Por consiguiente, lo que el enunciador quiere dar a conocer- al igual que en las portadas anteriores- es proyectar el concepto de reproche a través del lenguaje narrativo bajo una plataforma de vídeo, en la que se ironiza al actante mediante la atribución de responsabilidad de no ser ético en sus funciones como congresista. El titular y el subtítular están establecidos dentro de una especie de sello, lectura semántica que califica a la historia como un hecho criticable y que impone de forma indirecta <<lo que no se debe hacer>>, de tal manera que tenga un efecto en la opinión pública.

2.- Discurso: A través del enunciado general, aunque se puede interpretarlo como una especie de reproche, se establece también una estructura semántica de una cuasi-acusación

y que por tanto yace una posibilidad de inocencia. Es decir, aunque el discurso emite características hilarantes, el subtitular *aminora la lexicalización* de culpabilidad, ya que <<se le exige que aclare sobre los *posibles nexos con el narcotráfico*>>. En este sentido, hay una especie de doble juego en el discurso porque se le acusa y al mismo tiempo no se le acusa, en vista de que en la lectura principal que es de rápida absorción cognitiva, el actante principal queda como una especie de <<payaso>> en donde le <<pillan con las manos en la masa y que por tanto no sabe qué hacer>>.

No obstante, sólo si se lee con atención, en el subtitular se establece que no hay pruebas claras de tal acusación, aunque se le haya encontrado, como dice el titular en fondo rojo, <<En aprietos>>. De ahí también, la forma del titular verbo-visual en donde la tipología de color blanco aminora la lectura semiótica del fondo rojo; en el caso del subtitular, constituye también una llamada de atención visual, puesto que está contenido dentro del bloque del titular pero de color negro, de alguna manera para implantar una diferenciación en las formas de lecturas propiamente dichas pero también para hacer notar <<el luto>> de los valores dentro de la política peruana.

El primer fotograma constituye un lenguaje gestual de <<no enterarse de la pregunta>>, en el segundo fotograma se establece otro gesto mucho más predominante que deja entrever por la mano en la boca <<de estar sorprendido y que no puede hablar>>, en el tercer fotograma y cuarto fotograma, por medio de las manos adelante y atrás y la forma de la mirada ante la cámara, se fijan lenguajes de <<hipocresía>> y <<evasión>> respectivamente.

Por otro lado, por su forma de construcción gramatical, el titular que es una frase acusatoria indirecta <<En aprietos>> se le puede modificar para realizar la siguiente afirmación y verificar su naturaleza *constatativa*, mediante la siguiente oración: <<*El congresista, José León, está en aprietos* debido a posibles nexos con el narcotráfico>>, por tanto en esta nueva edificación gramatical, la cual se deduce del discurso de la portada, se describe en tercera persona al actante con respecto a su entorno, además de ello también se puede extraer su valor *performativo expositivo* puesto que se puede parafrasearlo de la forma

siguiente: <<Afirmo que congresista José León está en aprietos debido a posible nexos con el narcotráfico>>, por consiguiente toda la portada constituye tal característica gramatical escrita y trabajada intencionalmente por el enunciador, es decir el medio.

En cuanto al subtítular que es una oración y que por tanto es más explicativo, <<Exigen que congresista José León aclare posibles nexos con el narcotráfico>> presenta un sujeto tácito el cual se puede reconstruir del siguiente modo: <<Titulares miembros de la Comisión Anti-corrupción y de diversas bancadas exigen que congresista José León aclare posibles nexos con el narcotráfico>>, por tanto presenta un valor *performativo intrínseco*, ya que contiene un verbo de tipo *ejercitativo o de decreto* porque *ordena o en este caso, exige*, es decir: <<Titulares miembros de la Comisión Anti-corrupción y de diversas bancadas ordenan que congresista José León aclare posibles nexos con el narcotráfico>>. Bajo esa deducción gramatical, se puede establecer también un *performativo expositivo*, <<Afirmo que Titulares miembros de la Comisión Anti-corrupción y de diversas bancadas ordenan que congresista José León aclare posibles nexos con el narcotráfico>>.

En este sentido, el objetivo del diario es proponer una lectura fácil y rápida mediante una historia narrativa que tiene el mismo impacto visual que una película de vídeo sólo que de forma corta y que por ende, pone al actante principal de este *mini film* como un elemento hilarante ya que no hay nada más jocoso que evidenciar incomodidad dentro de un contexto contrario, el cual a pesar de simbolizar seriedad y respeto como es el Congreso de la República, lo que se le hace al personaje es <<hacerlo quedar como un tonto o payaso>> de alguna manera para que <<pague su irrespeto>>. Por tanto, hay una doble retórica dentro de este discurso porque, además de la estructura semántica que de alguna manera <<lo acusa>>, utiliza otros elementos que lo evidencian bajo una pregunta tácita: <<Y ahora qué vas responder, estás o no implicado>>, la respuesta es una serie de gestos enmarcados en cuatro fotogramas que hacen notar su nerviosismo e incomodidad.

3.- Acción: A través de la plataforma de vídeo se establece una lectura acusatoria dentro de una referencia icónica pero al mismo tiempo también constituye un discurso dentro de una estructura semántica de la *posibilidad*, así lo dice el subtítular. Por consiguiente a nivel de

discurso no hay un acuerdo semántico puesto que el personaje no admite su culpa, pero que de alguna manera al mostrar su incomodidad, deja entrever que está implicado con el narcotráfico. De ahí la lexicalización de las imágenes en conjunción con el titular, <<En aprietos>>.

4.- Identidad/Pertenencia: Bajo el formato que asemeja a una cinta de vídeo, se critica al personaje principal y ante la premisa condicional de si está implicado o no dentro del narcotráfico, el enunciador reprocha la actitud del parlamentario mediante un juego narrativo entre dos plataformas, la semántica donde yace el discurso lingüístico, y la plataforma icónica, que a pesar de ser cuatro fotografías representan movimiento y que por consiguiente evidencia más la <<incomodidad>>. En este sentido, el medio lo acusa pero al mismo tiempo emite su presunción de inocencia, el cual yace en el subtitular. En cuanto, al parlamentario José León, éste al no cumplir con su función de trabajar de forma adecuada, <<le está jugando sucio>> al estado peruano al tener la sospecha de su implicancia en el negocio de las drogas. No obstante, esta sospecha parece desvanecerse ya que el personaje no niega de manera rotunda tal acusación y que por el contrario, a través de los gestos y posturas, se corrobora su implicación ya sea directa o indirectamente,

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): Al igual que en la portada anterior, por medio de la representación de la memoria episódica en relación al discurso noticioso, se establece un hecho concreto que pertenece al contexto político peruano que tiene que ver con lo moral. Estos modelos mentales se ven reflejados a través de hechos situacionales que corresponden también a estructuras universales (modelos semánticos) como es la corrupción, una falta de moral y cultura en cuanto a la ética. Por consiguiente, el enfoque noticioso se expone rápidamente mediante la estructura icónica la cual representa una lectura semántica universal apoyado en la frase clave del titular, <<En aprietos>> que aparece bajo un fondo de color rojo, pero con tipología que lo contrasta, de alguna manera para apaciguar la sospecha puesto que existe una ligera presunción de inocencia escrita en el bloque del subtitular. En este sentido, el lector puede sacar sus propias conclusiones deduciendo modelos mentales de crítica, burla e indignación.

6.-Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): Como parte de este modelo, debido a los modelos de hecho o episódicos de corrupción, este modelo mental hace que se construya la perspectiva icónica de un lenguaje de vídeo en donde se caricaturiza de manera más real al <<congresista que está en aprietos>>. De esta manera, se le atribuye la responsabilidad de su acción ya sea mínima o grave, y le reprocha tal conducta mediante evidencias de posturas de la cual el actante no puede escapar. De ahí su titular en fondo rojo bajo una tipografía blanca, <<En aprietos>>, la misma que pareciera notar, que aunque es evidente su implicancia, no se afirma ni se niega tal acusación.

7.- Modelos parciales: Debido al estilo discursivo que utiliza el enunciador, se puede deducir que hay una ideología de fondo, ya que aún sin corroborar su implicación del todo, el mensaje emite <<culpabilidad>> porque así lo establece la plataforma discursiva y narrativa que asemeja a una cinta de vídeo, la cual la hace más real. No obstante, hay una mínima presunción de inocencia que yace en la parte lingüística del subtítular. En este sentido, existen modelos parciales ya que no se puede negar ni afirmar tal acusación, pero que mediante la lexicalización icónica prevalece la prueba de <<ser juzgado como personaje corrupto>> ante su posición intermedia que no emite seguridad sino incomodidad y pone en tela de juicio la presunción de no estar implicado.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): El modelo semántico de la portada es una lectura más que todo de crítica que se desglosa en una forma de acusación satírica, la cual se observa que hay un lenguaje de reproche hacia el actante por mantener vínculos con el narcotráfico. Por consiguiente, se establecen plataformas universales semánticas a través de una plataforma de lexicalización de la imagen que tienen una suerte de cinta de vídeo dentro de una continuidad de fotografías, proceso que hace que el mensaje sea conciso y rápido, la misma que se apoya en la estructura lingüística del titular verbo-visual, <<En aprietos>>. El motivo principal de esa <<cuasi acusación>> está en el subtítular. En este sentido, de acuerdo a la teoría de la recepción de la noticia de Van Dijk, se produce velocidad cognitiva

por medio de la continuidad de las imágenes que establecen un bloque léxico icónico de cuyo mensaje redundante en la frase clave del titular,

De esta manera, se constituye una retroalimentación entre los modelos semánticos y episódicos (memorias) puesto que la memoria más general, la plataforma semántica, hace la función de un puente cognitivo con el modelo episódico, con el hecho concreto de ese modelo específico contextual. Es un lenguaje del mínimo esfuerzo por parte del receptor y que al mismo tiempo le produce una tensión cognitiva porque <<le obliga>> al receptor a recordar hechos similares en contextos parecidos.

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Según esta portada, hay una modalidad de ‘necesidad’ de crítica satírica por no ser <<claro>> en su respuesta de forma inmediata en relación a su implicancia con el narcotráfico.
- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”. Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada, el predicado que más se acerca a un significado de descripción de los actores sociales figura en parte del titular <<...posible nexos con el narcotráfico>>.
- La Lexicalización, lo podemos encontrar en el titular, la cual es una frase en donde resume tanto la arte icónica como lo que se quiere emitir de forma lingüística <<En aprietos>>, esta misma la podemos desglosar de la siguiente manera en una suerte de unión con el subtitular, <<Congresista José León *en aprietos* por mantener posible vínculo con el narcotráfico>>; en cuanto al subtitular, la lexicalización se presenta del modo siguiente, <<*exigen que congresista José León aclare posibles nexos con el narcotráfico*>>.

- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: Mediante la frase del titular <<En aprietos>>, se le atribuye responsabilidad al actante, el congresista José León, -criticado en la portada mediante la estructura discursiva de una cinta de vídeo, la cual la hace más real, su evidente incomodidad y nerviosismo ante una posible vinculación con el narcotráfico. Por tanto, en este sentido al no negar una circunstancia de esa magnitud negativa, el parlamentario de alguna forma admite <<su relación>> ya sea directa o indirectamente, lo cual es un hecho de categoría axiológica donde el valor importante de la ética en sus funciones quedan a un lado e incurre en un antivalor de la corrupción.
- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta portada se deduce una perspectiva general de burla y al mismo tiempo de reproche por parte del enunciador ante laposible carencia moral del actante José León al presentar cierta vinculación con un hecho ilícito de esa magnitud. Por tanto, el medio le atribuye el papel de <<tonto>> y en cierta medida de <<mentiroso o corrupto>>, así lo manifiesta la continuidad de las imágenes que establecen una suerte de micro película, algo que lo hace más evidente, plataforma que se apoya y redunda en el titular que también está lexicalizado, <<En aprietos>>.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: El titular es una especie de mimesis lingüístico en relación con la imagen de la portada, es decir en relación con el micro film estático de las cuatro fotografías que aparecen continuas. Por tanto, el bloque lingüístico <<En aprietos>> encierra una suerte de proyección icónica la cual se asemeja a una cinta de vídeo.
- Retórica: En todo el discurso existe una retórica argumentativa *epidíctica* porque de alguna forma *condenada* manera hilarante a través de cuatro fotografías continuas que connota otro lenguaje que lo hace más real, como si fueran una especie de vídeo en la que se deja entrever que el actante de dicho micro-film está <<incómodo>>, tal como lo presenta en el titular, por tanto lo lexicaliza de manera contundente y lo muestra como <<un payaso>> que no puede afrontar la circunstancia y que <<no

puede negar su implicancia>> en el negocio del narcotráfico. En cuanto a nivel persuasivo, el discurso retórico se encuentra más cercano a un *ethos discursivo* pero enfocado desde la otra cara de la moneda: es decir, dado que el actante no parece ser una persona creíble, por tanto, su discurso icónico que se basa en gestos y ademanes evidencian que está <<en aprietos>> y que debido a ello, <<no es susceptible>> de creerle. Por consiguiente, la portada persuade al lector, a través de un *ethos discursivo* pero de *lado negativo*, porque al parecer el actante <<no es un hombre a quien se le pueda considerar como bueno>>sino más bien, al parecer <<está involucrado en el narcotráfico>>.

11.- La expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: Al igual que la portada anterior, la estructura general de la portada cumple una función redundante debido a que existe unicidad pero en la fuerza retórica. Por consiguiente, el titular en relación al ícono no son complementos en su totalidad sino más bien elementos de similitud cognitiva, por tanto hay una reproducción a nivel icónico en relación con la proposición lingüística.
- El texto verbo-visual: El titular es un ejemplo de texto verbo-visual porque juega con elementos de tipografía y con colores simbólicos. Tanto el titular como el subtitular comparten el mismo lenguaje semiótico como es el fondo de color rojo. Por consiguiente, <<En aprietos>> aparece en letras grandes de color blanco que apacigua de alguna manera el fondo semiótico de color rojo; el subtitular yace en color negro bajo ese mismo fondo rojo, el cual más allá de hacer una diferenciación, establece también una simbología de luto por lo que dice en ese bloque, <<Exigen que congresista José León aclare posible nexos con el narcotráfico>>. Por tanto, mediante todo lo explicado, a este bloque lingüístico se le otorga una estructura icónica de sello, como si fuera una marca, de algo contundente, que más allá de llamar la atención establece un lenguaje metalingüístico que crea escenarios como las cuatro fotografías continuas que constituyen una suerte de *micro film*.

- La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: A nivel cognitivo se produce impacto visual mediante el elemento del humor que ironiza al actante, por tanto el lenguaje icónico que es de por sí lexicalizado mediante la plataforma de una cinta de vídeo contiene la función escénica del titular. En ese sentido, se puede producir una pasión escópica de querer saber más sobre los hechos. No obstante, a pesar que existe una presunción de inocencia en el subtítular, a nivel de imagen el congresista aparece como <<un evasor de responsabilidad moral>>.

12.- Interacción

- El marco y foco o sujeto primario y secundario: En vista de que el titular <<En aprietos>> es una frase donde no hay foco metaforizado, se procederá a realizar una nueva construcción gramatical según el mensaje que encierra la portada y sin cambiar ningún elemento significativo. Por consiguiente, el titular, como se ha hecho en ítems anteriores, sería del siguiente modo: <<El congresista José León está *en aprietos* por presentar posibles nexos con el narcotráfico>>. Una vez establecido esta construcción se puede observar, que aun así no existe un foco metaforizado o sujeto secundario tal cual, sólo una frase. que se acerca más a una metonimia que a una metáfora, dentro del sujeto secundario.

13.- Proyección

- La experiencia sobre metáforas estructurales: En toda la portada, debido a su estructura general de la <<incomodidad>> la metáfora estructural que más se acerca según esta naturaleza discursiva es el que contiene el dominio meta, <<Toda discusión es una guerra>>, ya que el actante criticado como presunto personaje vinculado al narcotráfico aparece como <<posible perdedor>> en donde el enunciador y la opinión pública aparecen como <<posibles ganadores>>. Sin embargo, dadas las estructuras lexicalizadas, el congresista protagonista del micro-*film* <<En aprietos>> está realmente en una situación embarazosa, por consiguiente las posibilidades de inocencia se minimizan antes las evidencias de sus gestos y posturas. En este sentido, el titular, es una proyección mental y a la vez analógica de las imágenes continuas que aparecen en la portada. Dentro de ese bloque tipográfico

yace el subtitular el cual hace la función explicativa del motivo de su lenguaje no verbal. Esto quiere decir que a través del bloque lingüístico que también es icónico y de la estructura icónica del actante, ambos que constituyen el dominio fuente, el actante de alguna manera se auto-elimina en vista de las circunstancias. Por tanto, no hay defensa discursiva que el enunciador haya considerado como tal porque parece que el parlamentario no da respuesta ante una pregunta tácita sobre su implicancia en el negocio ilícito de las drogas.

14.- Fusión Conceptual:

- Red de integración a través de redes de nivel único: A nivel del lenguaje icónico existe una suerte de fusión conceptual. Por tanto, para estos casos, se unirá el titular y el subtitular, como en otros puntos anteriores para una mejor efectividad en la observación: <<Congresista José León: implicado en posibles nexos con el narcotráfico>>.

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- Catacresis en la Metonimia: En esta apartado, se unirá el titular y el subtitular para demostrar que existe esta característica particular en este tipo de discurso: <<Congresista José León está *en aprietos* debido a posibles nexos con el narcotráfico>>, es decir el parlamentario está *en problemas* por su posible acercamiento con el mundo ilícito de las drogas. Por tanto, entre la frase <<*en aprietos*>>se establece una relación referencial a la frase <<*en problemas, en peligro*>>.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- El color rojo es un símbolo/signo/metáfora: El fondo del bloque lingüístico posee el color semiótico del color rojo. Por tanto, esta característica es un tipo de lenguaje que enfatiza la importancia de la lectura de la imagen verbo-visual más allá de establecer una llamada de atención. Por consiguiente, la función que realiza el color rojo es lexicalizar el reproche mediante el mensaje subliminal de este signo y al

mismo tiempo hace que se lea la metáfora del <<problema de corrupción>>, con lo cual redunda y es doblemente retórico en el mensaje.

17.- Metáfora y humor

- **Analogía cognitiva y el elemento cómico de lo ridículo:** En la portada se presenta una lectura básicamente de crítica, frente a un antivalor como es la corrupción, en vista que el actante parece estar <<en aprietos>> ya que mediante los gestos demuestra su incomodidad, por tanto se le descubre su real condición el cual revela también el antivalor de <<la mentira>>. Es decir dentro de la plataforma icónica discursiva, el enunciador presenta al actante nervioso y en problemas, sin afirmar o negar sobre su vinculación con el narcotráfico, sino que deja latente la sospecha a través de su lenguaje no verbal. En ese sentido, el personaje aparece como <<un payaso>> o <<personaje cómico>> debido a que se define sus estados psicológicos que constituyen <<lo ridículo>> de su actitud ante un hecho <<serio>> de corrupción.

18.- El Stadium y el punctum: El *studium* en esta portada serían, el bloque lingüístico en conjunción con los cuatro fotogramas que demuestran de manera icónica lo que revela el titular <<En aprietos>>. En ese sentido, las cuatro fotografías que forman parte de una suerte de micro *film*, resaltan de manera <<más real>> las evidencias de que el congresista <<está realmente en problemas>>, por tanto se crea en el lector un impacto cognitivo fácil de relacionar. En cuanto al *punctum*, lo que punza o lastima, serían las tres últimas fotografías de esa plataforma icónica; es decir la segunda fotografía que revela mediante la mirada perdida y <<vergüenza o no saber qué hacer>> y el otro ademán de la mano sobre su boca que revela <<de no poder hablar, de estar sorprendido y de preocupación >>. En cuanto a las dos últimas fotografías en las que se captan las manos en los bolsillos y luego atrás, demuestran <<esconder algo>> y posteriormente otorga una respuesta <<de escape moral>> en la que no niega de manera rotunda su implicancia en el delito ni tampoco afirma para no declararse culpable del todo. Otra posibilidad de *punctum* sería la indignación que produce la lectura del subtítulo en color negro bajo fondo rojo: <<*exigen que congresista José León aclare posibles nexos con el narcotráfico*>>. En ese sentido, se

crean escenarios corruptos ya no sólo de la figura de ese actante sino también de más personajes vinculados al mundo de la política y puede que hasta de otros sectores importantes en el país. Por tanto, lo que <<lastima o hiere>> es la cadena de corrupción que existe en el Congreso de la República y en los órganos gubernamentales.

19.- Metáforas visuales

Metáfora contextual: En cuanto al discurso en general del enunciado, es una lectura icónica que pertenece a la política peruana y de cuyo mensaje temático es la corrupción, la falta de valores de algunos parlamentarios que establecen nexos con el mundo ilícito de las drogas. El mensaje metafórico en este ítem se hace más fuerte al tener de fondo icónico el contexto del Congreso de la República, situación de la cual resalta más aún <<la hipocresía>> por parte del actante, quien pertenece a ese contexto. Además, dado que las imágenes generan una suerte de movimiento es un tipo de metáfora multimodal.

4.5.- Titular: Todo listo

Fecha: 28 de julio del 2015



1.- Contexto: La portada en general constituye una lectura de situación política bajo el tema de expectación social, el cual transmite elementos axiológicos importantes propios de toda disertación por el día de la Independencia, como cada 28 de julio. Por tanto, el actante principal, el Presidente Ollanta Humala, quien está ausente dentro de la estructura icónica general, al mismo tiempo está presente por el tipo de discurso que establece un futuro inmediato, así lo indica su titular, <<Todo listo>>, además del único actante que denota ser parte secundaria en el lenguaje icónico, ya que se muestra de manera servil, limpiando el estrado. Esta forma de presentación le da importancia al actante que dará el discurso. Por consiguiente, hasta cierto punto, existen elementos positivos antes de su manifestación. En este sentido, el titular refleja ese lenguaje semiótico de expectación, no obstante, el subtítulo contiene en mayor grado tal significación, mediante la pregunta, <<¿Qué esperan los peruanos del discurso del Presidente Humala? >>.

A nivel icónico contextual, es necesario recalcar que la portada contiene un alto grado de importancia noticiosa dado que contiene toda la caratula a nivel horizontal, además de ello, en la parte inferior hay un índice icónico-lingüístico, el cual figura como <<*Informe especial*>>, bajo el título de <<*El último mensaje*>> que contendrá la noticia en detalle en función a lo que diga o deje de decir en su disertación. Por otro lado, en la parte superior derecha de la portada, existe un índice lingüístico que contiene relación semiótica con uno de los puntos trascendentes de la alocución del Presidente, <<Nueva ley endurece penas por sicariato>>. Este última característica resalta que es uno de los temas que los peruanos desean escuchar, ya que está relacionado con los problemas que afronta el país. El recuadro informativo de la parte superior izquierda donde yace el titular, <<Bolsa china registra su peor jornada en ocho años>> también está relacionado, pero de manera un poco más indirecta a nivel semiótico, debido a que el país oriental es uno de los principales socios económicos del gobierno andino, de ahí que también puede ser un tema a mencionar dentro de la agenda del Presidente Humala.

Por consiguiente, lo que el enunciador quiere dar a conocer de manera implícita es que el actante principal de este contexto noticioso, mencione los temas propuestos que están en la parte superior de la portada. Por otro lado, de manera explícita, persuade a que el actante sea <<asertivo>> con los puntos que más preocupa a los ciudadanos peruanos dado que es <<El último mensaje>> de su mandato de cinco años al frente de la política peruana. Sin embargo, esta sub-plataforma discursiva, establece elementos negativos en vista de que en el subtítular inferior señala que <<No se esperan medidas de impacto ni grandes reformas>>. Por tanto, existe una suerte de doble discurso, por un lado el lenguaje semiótico de la gran expectación dentro de la portada y plataforma principal; y por otro lado, el contenido semiológico de que será más de lo mismo dentro de esta plataforma discursiva más pequeña que aparece como el significado revelador, ya que en ésta sí contiene al personaje principal de la noticia, Ollanta Humala. En este sentido, el *informe especial*, escenifica lo que <<muy probablemente el actante principal dirá>>

2.- Discurso: A través del enunciado de toda la portada en sí, se puede interpretar un doble discurso ya que juega con dos elementos axiológicos contrarios a través de la plataforma semiológica general que contiene a otra sub-plataforma. Por un lado, en la semiótica principal está un discurso vacío de la imagen del actante principal pero al mismo tiempo contiene un componente positivo, así lo hace parecer la estructura lingüística, de donde nace el titular, <<Todo listo>>, el mismo que presenta a un subtítular en forma de pregunta, bloque que recrea el modelo mental de interés y hasta de esperanza. En cuanto a la sub-estructura que aparece enmarcada como <<Informe Especial>> a través del titular, <<El último mensaje>>, el cual le otorga un valor agregado que conlleva a una suerte de clausura semiótica, éste incluye a un subtítular con ingredientes lingüísticos negativos en vista de que no se espera nada nuevo, ya que así lo decreta el siguiente sub-bloque, <<No se esperan medidas de impacto ni grandes reformas>>. Por tanto, de manera semiótica en forma conjunta, se aniquila la expectación y toda esperanza y se convierte así en un hecho más real, no sólo por la estructura lingüística sino también porque aquí sí aparece la imagen del personaje quién emitirá el discurso, el Presidente Ollanta Humala.

En cuanto a la construcción gramatical de la plataforma discursiva principal, mediante el

titular principal, <<Todo listo>>, se puede deducir una suerte de *enunciado constatativo de valor performativo explícito* en la siguiente observación de *reconstrucción gramatical*, el mismo que representa *la premisa que el enunciador ofrece*: <<**Afirmo** que todo está listo para el último discurso del Presidente Humala>>. En relación al subtítular, éste se presenta como un *performativo expositivo* tal cual, dado que tiene la forma de *pregunta*, <<¿Qué esperan los peruanos del discurso del Presidente Humala?>>.

En la sub-plataforma discursiva, el titular <<El último mensaje>>, el enunciador ofrece la siguiente premisa indirecta, <<**Afirmo** que éste será el último mensaje del Presidente Humala>>, por tanto yace aquí también una suerte de *enunciado constatativo de valor performativo explícito*. Este tipo de deducción gramatical, también puede ser catalogado como un *performativo ejercitativo o de decreto* ya que *indirectamente y de forma abstracta* se puede entender que designa o proclama, que <<Este será el último mensaje de Humala>>. En el bloque de subtitulares, en cuanto a la parte superior, en esta parte del discurso ya la siguiente frase, <<Humala hoy ante el Congreso>>, el mismo que podría parafrasearse de la siguiente forma; <<**Afirmo** que Humala estará hoy ante el Congreso>>, con lo cual se convierte en un enunciado de tipo performativo explícito. En el subtítular inferior existe un tipo de *performativo expositivo* porque *niega* toda la oración, <<**No** se esperan medidas de impacto *ni* grandes reformas>>, recuadro lingüístico que también se presta a la siguiente construcción, <<**Advierto** que no se esperan medidas de impacto *ni* grandes reformas>>, es decir, también contiene un *enunciado constatativo indirecto de valor performativo explícito*.

Por otro lado, dentro de la plataforma general semiótica está una suerte de mini bloque lingüístico que actúa como índice de la sub-plataforma semiótica, bajo el nombre que contiene el mismo titular, <<El último mensaje>>, y de cuyo subtítular superior, establece que es una información más detallada sin ningún recargo monetario alguno por motivo de la celebración del día de la Independencia: <<Gratis Suplemento>> Fiestas Patrias, de aquí también se puede aplicar la siguiente *reconstrucción gramatical*, <<**Afirmo** que el Suplemento es gratis por motivo de Fiestas Patrias>>, con lo cual se indica que es un *constatativo de valor performativo explícito*.

En este sentido, mediante este modo de composición de estructuras discursivas, tanto a nivel de lenguaje icónico como de las deducciones a través de las reconstrucciones gramaticales, existe una metáfora de la visión por parte del enunciador en desmerecer lo que el Presidente Humala está por decir, de esta manera juzga y confirma de antemano su acción. El bloque lingüístico que más se asemeja a esa visión es la que pertenece a la sub-plataforma semiológica donde yace el subtítulo inferior <<*No se esperan medidas de impacto ni grandes reformas*>>. Ésta en conjunción con la estructura icónica de esa sub-plataforma señalan que lo analizado anteriormente.

Por tanto, el objetivo es poner al Presidente Humala en desacreditación pública en la fecha más especial para su gobierno sin esperar a que sucedan los hechos. De esta manera, se le atribuye la responsabilidad de no enmendar las principales preocupaciones que atañen a los peruanos y que su discurso, a pesar de ser <<El último>>, contendrá los mismos elementos retóricos que los peruanos ya conocen. Por la forma de la plataforma semiológica principal se crean falsas esperanzas, puede que para otorgar un componente semiótico de misterio y al mismo tiempo de importancia; sin embargo, este modelo mental se aclara con la sub-plataforma semiológica donde aparece el personaje con su posible discurso más real, el cual hay que recalcar, es la imagen de la contraportada del diario. Es como si la portada fuera un modelo mental a priori, y la portada el discurso a posteriori.

3.- Acción: A través de ambas plataformas se establecen lecturas que se contraponen y que al ser disímiles entre sí, no hay un acuerdo semántico a primera instancia. No obstante, el discurso queda claro mediante la lectura de la sub-plataforma ya que ésta contiene, la disertación en detalle y que para su mejor observación de la misma, esta información yace en la contraportada. En este sentido, la portada general presenta de forma breve lo que aparecerá en la contra-caratula, al mismo tiempo, ésta actúa como índice lingüístico y metalingüístico porque la información en sí que figura como <<Suplemento gratuito>> está en otra publicación como *Informe Especial*. En esta otra estructura se presenta de forma lexicalizada a través de los bloques lingüísticos <<la no capacidad de ofrecer un discurso apropiado y asertivo>> la cual queda establecido en el subtítulo del Suplemento.

4.- Identidad/Pertenencia: La portada que representa dos estructuras semiológicas, de la cual una contiene a la otra, es una forma de crear dos ideologías a la vez, la primera, la creencia de que esta vez el Presidente dirá las cosas más claras de las el ciudadano peruano de a pie quisiera escuchar. La segunda ideología que pertenece a la sub-plataforma de que el Presidente no dirá nada novedoso. Por tanto, mediante las dos plataformas se crea una suerte de ideologías conflictivas. La primera forma de pensar del enunciador hace lenguaje del respeto y es como si le rindiera los honores tanto por el personaje que va disertar como por el fondo noticioso de lo que representa esa disertación en un día tan especial como es la fecha del día de la Independencia, el 28 de julio de cada año. La segunda idea estructurada tiene contenido crítico hacia la postura y enfoque de alocución del Presidente, por tanto se borra una automáticamente la primera idea de lo que el Presidente debe representar y en ese sentido, debe disertar y es por eso que yace en primera portada; sin embargo, la realidad ideológica está en la sub-plataforma discursiva, la misma que figura en la contraportada del diario.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): El hecho principal es el discurso del Presidente en el día de la patria. La forma como el enunciador maneja el lenguaje semiológico es un tipo de lenguaje universal como si esperaran al personaje más principal y en efecto eso es lo que ofrece por los elementos semióticos generales, como es el estrado más importante del Congreso de la República, pero también por lo que los otros elementos propios del territorio simboliza, como es la bandera peruana, y también el actante que aparece limpiando el escenario para la llegada del otro actante que se mantiene a la expectativa y que se sobreentiende que es el actante principal de la noticia.. Sin embargo, más allá del personaje, lo que realmente interesa a la ciudadanía es lo que va decir. En ese sentido, es una noticia que contiene un modelo situacional en la mente de los peruanos, no obstante, de acuerdo a la característica de representación semiótica es un lenguaje más universal y que cualquier observador entiende que se espera <<El gran discurso>>. En cuanto a la sub-plataforma, ésta se acerca más al modelo propio situacional, ya que todo el discurso semiológico establece un hecho propio del Perú, tanto porque ya aparece el Presidente realizando <<su disertación>> y porque ya

el enunciador <<emite su juicio>> sobre el hecho discursivo a través del sub-bloque lingüístico: <<No se esperan medidas de impacto ni grandes reformas>>. Por tanto, todo este lenguaje discursivo de esta sub-plataforma aparece en la contraportada para otorgarle el mismo peso noticioso.

6.-Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): Como parte de este modelo, debido a los modelos de hecho o episódicos de expectación política y social nacional, este modelo mental hace que se construya la perspectiva icónica de un Presidente que va decir mensajes positivos o componentes democráticos constructivos porque es lo que ciudadanía espera oír cada 28 de julio. Por tanto, en el lenguaje discursivo de la portada general, el titular <<Todo listo>> tipografiado en letras de color rojo hace alusión a la bandera peruana y al mismo tiempo hace significar que el discurso que va dar el Presidente es uno de los más importantes del año. En la sub-plataforma, por el contrario, se mata semiológicamente la expectación cuando aparece el Presidente disertando y que hace significar que tales elementos discursivos no eran los esperados, así lo manifiesta el enunciador en el complemento del sub-bloque lingüístico de que <<se espera más de lo mismo>>.

7.- Modelos parciales: Debido al estilo discursivo que utiliza el enunciador, se puede deducir que hay una ideología de intención de fondo porque primero enaltece la figura de lo que representa el Presidente y su disertación, y al mismo tiempo maneja elementos lingüísticos de crítica pero sin fundamento porque establece juicios de valor de lo todavía no ha dicho sino de lo se espera que diga. Por tanto, más allá de una ideología de crítica es una forma de <<desmerecer>> la autoridad del personaje más principal del gobierno. En este sentido, los ciudadanos peruanos perciben como un modelo mental el hecho final, lo que está narrado en la sub-plataforma, al relacionar lo que el enunciador fija de manera semiótica, el <<desprestigio político del Presidente>> de manera a priori, cuando lo que debería ser criticado es su <<su discurso tal cual>> y no de lo que se espera de él.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): En esta portada, debido a su construcción semiótica de expectación

hay un modelo semántico propiamente entendible porque juega con elementos semióticos generales que contiene un componente ausente, el cual hace significar que es ese el elemento por el cual se genera la lectura semiótica de <<gran expectación>>, una interpretación que también se apoya en algunos ingredientes simbólicos de la socio-semiótica peruana como son la bandera bicolor del Perú y el contexto, el Congreso de la República. La sub-plataforma semiológica representa más un modelo episódico por contener al Presidente peruano Humala en la disertación, delante del símbolo de la bandera peruana, lo cual se constituye que el discurso está inmerso dentro de un escenario político peruano como es el Congreso de la República del Perú.

9.- Propositiones

- Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico: Lo que el enunciador establece es una modalidad de ‘necesidad’ de crítica a priori para de alguna manera <<desmerecer>> el cargo político que no ha sabido llevar durante su gestión de cinco años en la Presidencia de la República.
- Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”: Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada no encontramos predicados que se relacionen con este punto pero sí en la sub-plataforma de la portada, <<no se esperan medidas de impacto ni grandes reformas>>.
- La Lexicalización, lo podemos encontrar en el subtítulo de la portada en general, porque editorializa de manera semiótica la expectación, <<Qué esperan los peruanos del discurso del Presidente Humala>>. La respuesta la encontramos en la sub-plataforma semiótica <<No se esperan medidas de impacto ni grandes reformas>>.

- Los roles semánticos de los argumentos proposicionales: Mediante la frase del titular de la portada general <<Todo listo>>, así como en el subtítular superior en forma de pregunta, <<Qué esperan los peruanos del discurso de Humala>>, se le atribuye responsabilidad al actante de que sea asertivo tanto en su análisis así como en su crítica durante su disertación. Por el contrario, mediante el titular en la sub-plataforma semiótica, <<El último mensaje>>, le otorga importancia a esa disertación, sin embargo, mediante el bloque lingüístico, el rol semántico del actante está más construido al atribuirle la responsabilidad de su <<incapacidad administrativa y moral>> por no mejorar la calidad de su discurso aunque ésta todavía no se desarrolle, ya que al parecer durante en los últimos años como jefe de estado, no ha podido resolver los principales problemas que aquejan a los ciudadanos, y que por tanto, <<se espera más de lo mismo>>.

- Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición: en esta portada se deduce una perspectiva general de gran expectación e importancia al discurso que el actante principal, que está ausente, deberá decir; mientras que la portada más pequeña constituida como sub-plataforma semiótica, la cual señala que es <<un informe especial>>, condiciona al lector a través de la posición anti-gobierno por parte del enunciador, que el discurso del Presidente Humala <<<será más de lo mismo>>.

10.- La perspectiva clásica

- Poética: El titular es una especie de mimesis lingüístico en relación con la imagen de la portada, la cual no contiene al personaje principal y que por tanto, le otorga un elemento semiótico de más importancia a través del elemento ausente. No obstante, la mimesis lingüística más directa y cercana de la composición icónica de la portada, la establece el subtítular: <<Qué esperan los peruanos del discurso del Presidente Humala>>. Por tanto, hay una lectura de <<gran expectación>>, sin embargo, en la sub.-plataforma semiótica o sub-portada, se revela la respuesta, <<No se esperan medidas de impacto ni grandes reformas>> y esta lectura cobra mayor impacto porque aquí sí aparece el personaje principal. Por tanto, toda la

portada en sí es una especie de dialogo consigo mismo, ya que la portada principal hace una pregunta y la otra portada que está dentro de la lectura semiótica general, le responde de manera crítica sin ningún argumento.

- Retórica: Dentro de la portada general, existen dos tipos de retórica, por un lado se establece un tipo de retórica argumentativa deliberativa, porque ante todo es un lenguaje político que el Presidente de la República debe de decir a todos los peruanos; pero por otro lado, la lectura constituye también una retórica epidíctica, ya que en la sub-plataforma semiótica se condena de manera sutil y a priori, la acción del Presidente en cuanto a su disertación y se le critica de que <<su alocución será más de lo mismo>>.

11.- La expresión cognitiva verbo-visual:

- La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: En esta portada, sí hay complemento semiótico entre lo que se representa la imagen y el titular. El componente que ayuda a ese entendimiento semiótico y lógico es la estructura vacía, además del actante que denota una especie de servilismo. Entonces, la composición de la imagen se adecúa como la otra parte cognitiva para establecer mejor lo que la noticia quiere decir, <<Todo listo>>. En cuanto a la sub-portada semiótica, también hay unicidad entre la imagen y el titular, <<El último mensaje>> apoyado en la imagen del Presidente Humala, quién es hace su última disertación ante el Congreso de la República.
- El texto verbo-visual: El titular es un ejemplo de texto verbo visual porque juega con la tipografía agrandada e inclinada hacia el ícono de la bandera peruana. En este sentido, la cercanía del texto verbo-visual, que comparte el color rojo semiótico de la bandera, explica el grado de relación que tienen. Por tanto, la lectura del texto verbo visual en conjunción con la imagen en su totalidad, hace que se obtenga una lectura más general de portada principal: <<Todo está listo para la gran disertación del político más importante en el país por el día por el día de la Patria>>. En cuanto a la sub-plataforma semiótica, el titular <<El último mensaje>> que yace en color

blanco y que también comparte otro de los colores del ícono de la bandera del país, es también un texto verbo-visual. En ese sentido, en cuanto a la sincronización de lecturas semióticas entre la portada general y la sub-portada, hay una especie de diálogo semiótico porque el subtítular de la portada principal que aparece en color blanco también es una especie de texto verbo-visual en forma de pregunta, <<Qué esperan los peruanos del discurso del Presidente Humala?>>, la respuesta yace dentro del bloque lingüístico de la sub-portada que también está en color blanco, y debido a importancia de relación semiótica, se hace la siguiente observación y se reconstruye la respuesta sin alterar el significado: <<Se espera el último mensaje, aunque en realidad el discurso parece que contendrá más de lo mismo>>

- La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: A nivel cognitivo se produce impacto visual mediante el elemento ausente y por lo mediático de esa fecha tan emblemática para el pueblo peruano, el que cada 28 de julio se celebre el día de la Patria. En ese sentido, se produce la expectativa a nivel icónico pero también a nivel lingüístico puesto que el subtítular lo dice de manera más literal, Por consiguiente, la mirada compulsiva y su relación con lo imaginario, se establece mejor a partir de la relación que se hace entre la portada general y el suplemento de Informe Especial, el cual está dentro de la portada general como sub-plataforma semiótica, a través del título <<El último mensaje>>, y es aquí cuando aparece recién el personaje principal de toda la portada y es en este espacio semiótico donde se desmerece la importancia de lo será <<disertación>> porque <<se espera más de lo mismo>>. Por tanto, puede que en esta parte de la lectura, ya no se produzca el mismo grado de pasión escópica que su pudo haber producido a través de la portada general, dado que semióticamente <<lo dice todo de una manera negativa>>.

12.- Interacción

- El marco y foco o sujeto primario y secundario: En vista de que el titular <<Todo listo>>es una frase donde no hay foco metaforizado; por tanto, se procederá a realizar una nueva construcción gramatical según el mensaje que encierra la portada

y sin cambiar ningún elemento significativo. Por consiguiente, el titular, como se ha hecho en ítems anteriores, sería del siguiente modo: <<Todo está listo para escuchar el último mensaje que dará el Presidente Humala en el día de la patria>>. Una vez establecido esta construcción se puede observar, que aun así no existe un foco metaforizado o sujeto secundario tal cual, sólo una frase. que se acerca más a una metonimia que a una metáfora, dentro del sujeto secundario.

13.- Proyección

- La experiencia sobre metáforas estructurales: En toda la portada, debido a la especie de diálogo retórico que se establece entre la lectura semiótica más importante del discurso de la portada en general, cuyo título es <<Todo listo>>, y la mini-plataforma semiótica que sale del recuadro de la lectura general, y de cuyo titular es <<El último mensaje>>, se crean una suerte de metáfora en proyección estructural bajo el dominio meta, <<Toda discusión es una guerra>>. Por tanto, lo que el enunciador realiza en primera instancia es enaltecer la <<ausencia del Presidente Humala>> a través del otro actante secundario quien aparece limpiando el estrado antes de la llegada del jefe de Estado, y que sin embargo, *en la otra estructura semiótica de la mini portada*, el enunciador finiquita ese discurso de importancia de la disertación que mantiene en expectativa a la mayoría de peruanos, mediante una suerte de crítica destructiva que yace en el subtítular inferior, <<*No se esperan medidas de impacto ni grandes reformas*>>.

Por consiguiente, este discurso mediático la gana el enunciador y deja a su actante principal, el Presidente Humala, derrotado. Bajo esta misma observación metafórica se puede establecer también que el otro perdedor es <<la opinión pública>> dado que mediante esa <<crítica destructiva a priori>> se aniquila toda clase de expectación que se establece en la portada principal.

14.- Fusión Conceptual:

- Red de integración a través de redes de nivel único: A nivel del lenguaje icónico existe también una suerte de fusión conceptual. Por tanto, para estos casos, se unirá

el titular y el subtitular, como en otros puntos anteriores para una mejor efectividad en la observación: <<Todo listo: Presidente Humala dará su último mensaje por Fiestas patrias>>.

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- En este apartado no existe ninguna posibilidad de interrelación entre la metáfora y la metonimia debido a su literalidad en el lenguaje.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- El color rojo es un símbolo/signo/metáfora: El titular contiene el color semiótico del rojo, el cual se remite al color rojo de la bandera peruana, por tanto hay doble connotación de importancia en cuanto al contexto noticioso, ya que se celebran las Fiestas Patrias por el día de la Independencia del Perú; y por otro lado, el Presidente Humala se dispone a dar su <<Último discurso>>. Por tanto más allá de construir un lenguaje para llamar la atención del lector, se realiza también una suerte de discurso de pertenencia al territorio, que lo que va a decir el Presidente es de suma importancia para el <<país>> y por ende para los ciudadanos que representan al país.

17.- Metáfora y humor

- Aquí no se produce ninguna característica de metáfora en relación al humor.

18.- El Stadium y el punctum: Debido a toda la plataforma semiológica, el *studium* podría constituirlo las relaciones semióticas entre los índices metalingüísticos de los bloques lingüísticos entre sí en conjunción con los iconos. En este sentido, el titular de la portada en general <<Todo listo>> tiene relación directa con la bandera peruana por compartir el color semiótico del rojo, relación que connota la doble importancia de la noticia y que indica que <<algo se celebra>> en referencia a ese país; además del bloque del subtitular que yace en color blanco y que pertenece al otro color de la bandera peruana, <<Qué esperan los peruanos del discurso del Presidente Humala>>, color que semióticamente connota calma y tranquilidad. Por tanto se establece un lenguaje de expectativa por el color rojo establecido,

pero también bajo una aparente tranquilidad por el color blanco. Por lo tanto, al establecer las relaciones semióticas entre los colores, se puede observar también que hay una respuesta que contiene ese mismo color y que yace en la sub-plataforma de su subtitular, <<No se esperan medidas de impacto ni grandes reformas>>, por consiguiente he aquí la respuesta a toda esa expectativa. En este sentido hay un impacto a nivel lingüístico e icónico. En cuanto al *punctum*, lo que punza o lastima, sería en primera instancia a manera también de impacto, pero esta vez éste se produciría mediante la estructura ausente del Presidente Humala, no sólo por su imagen sino por lo que va él tiene que decir. De esta forma, se constituye más importancia a todo lo que él representa. Otra clase de *punctum*, también sería el resultado final entre los bloques lingüísticos y de color semiótico del blanco, que hay entre la pregunta y respuesta de los subtitulares de la portada general y la sub-portada -que se sale de los marcos generales-, respectivamente. En este sentido, esta clase de *punctum*, crea una suerte de desánimo en la opinión pública, ya que el enunciador trabaja la estructura semiótica a partir de que el discurso del Presidente contendrá los mismos elementos semióticos discursivos y que por tanto no dirá nada nuevo en cuanto a lo que la opinión pública quisiera escuchar.

19.- Metáforas visuales

- Metáfora contextual: En cuanto al discurso en general del enunciado, es una lectura semiótica que pertenece a la política peruana y de cuyo mensaje temático es la <<incapacidad>> del Presidente Humala de no resolver los principales problemas que aquejan a los peruanos. Pero esta lectura general, se constituye a través de un juicio de valor <<a priori>> que el enunciador resalta debido a su periodismo tendencioso por mantener una relación anti-estado con el gobierno de Humala.



1.- Contexto: La portada en general constituye una lectura de situación política bajo el tema de moralidad ya que se critica la carencia de autocrítica del Presidente Humala al no admitir fallos durante los cinco años de su gobierno, así lo dicen literalmente el titular y el subtitular principal de la portada: <<Sin autocrítica>> y <<Presidente Ollanta Humala no admite errores en su gestión>>, respectivamente. A modo de una mayor observación, ambas estructuras lingüísticas contienen los colores semióticos del rojo y también del blanco, que denotan al mismo tiempo los colores de la bandera peruana. Sin embargo en este caso, tanto la forma del titular verbo-visual como la imagen del actante principal, connotan un lenguaje semiótico más personal y que por tanto se le atribuye más responsabilidad en el sentido de que él es único responsable del titular de esa noticia, y es por eso, que el titular contiene el color rojo, para llamar la atención y elevar más la indignación.

Para apaciguar un poco tal atribución que se lee en el titular, yace también el subtitular principal en color blanco, además del otro subtitular inferior tipografiado de forma más pequeña a través de la señalización del ícono de ítem en color rojo y que por tanto se entiende que es parte del encabezado principal, <<Sin autocrítica>>, que contiene el color rojo con bordes blancos, con lo cual existe una relación semiótica con el subtitular más pequeño: <<Adelanta que seguirá haciendo política una vez deje su mandato>>.

Por tanto, a nivel icónico contextual, el lenguaje establece una crítica a una especie de micro-construcción biografía del actante principal en relación a su función como jefe del estado peruano del tiempo que dura su gestión, ya que le da importancia solamente a su rostro de perfil, además de la mirada evasiva. En este sentido, es claro el mensaje que el enunciador establece, del mismo que se podría deducir la siguiente conclusión en referencia a la lectura semiótica en general: <<Presidente huye de su responsabilidad moral al no admitir una autocrítica durante los cinco años de su mandato>>.

Por consiguiente, más allá de la crítica, está claro el objetivo del medio, el de exacerbar más la indignación, puesto que ad-puertas de la finalización de su gobierno, la opinión pública intenta analizar, comparar los últimos años con los primeros, además de verificar las promesas desde cuando fue candidato a la presidencia hasta las promesas e intenciones

más actuales, si han mejorado o no, y qué es lo más urgente para la ciudadanía. Este tipo de portada contextual es una forma de editorial icónica que intenta hundir más su partido y su carrera política en vista de que no se percibe elementos semióticos más objetivos como <<el por qué no quiere admitir una autocrítica>>, ni tampoco confronta componentes discursivos entre los hechos positivos y negativos a modo de resumen.

2.- Discurso: A través del enunciado de toda la portada general se intenta desacreditar más al gobierno jugando con ingredientes de opinión personales del actante principal -el Presidente Humala-, que precisamente van en contraposición hacia su persona y hacia su gobierno y por ende, también hacia su partido.

El significado de toda esta lectura semiótica lo encontramos, a nivel textual y de imagen, mediante del lenguaje sin gestos que el enunciador extrae del ícono del Presidente Humala, así como de su postura textual a través de los bloques lingüísticos.

El motivo principal de la construcción de ese titular, el cual hace parecer <<como si fuera un estado de emergencia>> en vista de que está en color rojo, yace en el subtítular más importante establecido en color blanco: <<Presidente Ollanta Humala no admite errores en su gestión>>, atribuyéndole de forma automática su responsabilidad moral pero apaciguando, al mismo tiempo, de manera semiótica el discurso. En ese sentido, el enunciador agrega otro ingrediente descriptivo lingüístico y parece <<hablar en voz baja>> mediante el subtítular inferior más pequeño establecido también en color blanco, <<Adelanta que seguirá haciendo política una vez deje su mandato>>, el cual figura como índice lingüístico a través de la enumeración de las páginas 2 y 3.

Por consiguiente, se analiza la construcción gramatical de cada bloque lingüístico, pero al mismo tiempo, como en las portadas anteriores, se puede también reconstruirlos en función a un mejor análisis discursivo sin alterar su significado real. Por ejemplo, en relación al titular <<Sin autocrítica>>, se propone la siguiente proposición más detallada, en referencia al actante principal: <<Presidente Ollanta Humala no tiene autocrítica>>, con lo cual se puede deducir que es un enunciado constatativo de *valor performativo expositivo indirecto*

al parafrasearlo del siguiente modo, <<Afirmo que Presidente Ollanta Humala no tiene autocrítica>>. Lo mismo sucede con el subtítular inferior más importante, <<Presidente Ollanta Humala no admite errores en su gestión>>, por tanto tiene también *un valor performativo expositivo indirecto* al parafrasearlo, <<Afirmo que Presidente Ollanta Humala no admite errores en su gestión>>. En cuanto al subtítular tipografiado en letras más pequeñas, <<Adelanta que seguirá haciendo política una vez deje su mandato>>, se aplica el mismo ejercicio pero se realiza también un pequeño cambio en su construcción gramatical para otorgarle más sentido y establecer de manera más idónea su *valor performativo expositivo indirecto*: <<Advierto que Humala seguirá haciendo política una vez que deje su mandato>>.

Por tanto, se puede observar que el discurso que propone el enunciador, contiene elementos semióticos tendenciosos que están implícitos a través del tema de la indignación. De esta manera, se interpreta un mensaje único discursivo: <<El Presidente Humala no tiene autocrítica a pesar de lo mal que ha sido su gestión>>. Y lo recalca más aún mediante el otro sub-títular que yace en la parte más inferior de la caratula, en donde << (A pesar de todo) Adelanta que seguirá haciendo política una vez termine su mandato>>. En este sentido, el objetivo en el discurso es, de alguna manera, enfrentar al Presidente Humala con la opinión pública debido a las características semióticas explicadas anteriormente; este análisis se ve reflejado en su titular verbo-visual y en color rojo, <<Sin autocrítica>>, el cual alude una suerte de apreciación anti-estado.

3.- Acción: La estructura semántica expone una sola idea, una único mensaje, que es la <<indignación total y absoluta>> por parte del enunciador mientras que por el lado del actante principal, no contiene ningún elemento de <<autodefensa>>, por tanto la acción del personaje es <<pasiva>> y hace que se <<auto-elimine>> de forma axiológica por no tener <<autocrítica durante sus años de gobierno>>. En este sentido no se genera *feedback* de acciones de manera más objetiva, a pesar de contener manifestaciones propias del actante en los bloques lingüísticos.

4.- Identidad/Pertenencia: La portada contiene una sola ideología, que es la desacreditación de la imagen del Presidente Humala a la luz pública mediante la utilización de sus propias palabras. Por tanto, la identidad del diario, del medio, del enunciador, es ser un crítico acérrimo en contra del gobierno y que aprovecha, la falta de mesura discursiva del actante principal, para establecer un juicio de valor argumentativo y hacer de esa conclusión una forma de lenguaje tendencioso en perjuicio del actual gobierno antes de su finalización. De esta forma se establece un discurso <<anti-estado>> con elementos lingüísticos probatorios. Por parte, del jefe de estado, éste pertenece al grupo de los gobernadores que no otorga un discurso reflexivo y que por tanto, desmerece la identidad del medio. De ahí que se puede deducir, que por parte, del personaje de la noticia, quizás ya haya tenido fricciones con ese mismo medio y que por tanto, no ha querido otorgarle respuestas más claras y precisas.

5.- Modelos situacionales (Modelos/memoria episódicos y parte de la memoria semántica): A grandes rasgos, la plataforma semiológica constituye un lenguaje de velocidad cognitiva a través del titular verbo-visual, <<Sin autocrítica>>, en conjunción con la imagen del Presidente Humala, lo cual hace significar que es un hecho episódico propio del país, y puede que otorgue también piezas discursivas de <<desestabilización política>> a cualquier ojo ajeno al gobierno peruano. Tales modelos situacionales contienen formas discursivas de los modelos semánticos, de manera que se pueda obtener una lectura más fácil tanto para el ciudadano peruano como para el extranjero.

6.-Modelos contextuales (Memoria episódica y parte de la memoria semántica): Como parte de este modelo, debido a los modelos de hecho o episódicos de <<indignación por la falta de autocrítica del Presidente Humala>>, este modelo mental hace que se construya la perspectiva de un personaje irreflexivo y puede que hasta autoritario, sin ningún tipo de mesura. Por tanto, el titular verbo-visual <<Sin autocrítica>> forma también parte de un modelo más general dentro de la memoria semántica del lector peruano o extranjero, en la cual se puede relacionar tales características antes mencionadas con otros hechos episódicos de otros contextos parecidos al territorio peruano.

7.- Modelos parciales: Debido al estilo discursivo que utiliza el enunciador, se puede deducir que hay una ideología de intención de fondo, que es la desacreditación de la persona del Presidente Humala al no tener una <<autocrítica>> y no hacer *una mea culpa* de todos los errores que haya cometido durante su gobierno, dado que toda persona, desde el punto de vista moral, no es perfecta; y en el caso de los políticos, esta posibilidad se agrava aún más. Entonces, el medio o el enunciador aprovecha de sobre manera esta situación del traspié discursivo que el Presidente Humala comete y lo extrapola a una forma de noticia de máxima urgencia al utilizar dichos componentes semióticos antes explicados, con lo cual se puede generar un modelo mental en el lector de que el Presidente Humala <<no es y nunca ha sido una persona que sepa admitir sus errores>> y que tiene un alter ego <<incapaz>> de <<ver>> otras cuestiones políticas. En este sentido, se puede generar otra ideología como <<el odio político>> y por consiguiente, una sutil provocación de desestabilización democrática antes del término de su gobierno.

8.- Modelos semánticos: (memoria semántica/normas/valores/actitudes y retroalimentación): En esta portada, debido a su construcción discursiva de indignación existe un modelo semántico muy marcado, ya que juega con elementos semióticos generales, tales como el titular verbo-visual en color rojo, <<Sin autocrítica>>, y el ícono del rostro del personaje en lenguaje auto-criticable, no sólo para el medio sino también para la opinión pública. Por tanto, mediante estos componentes semiológicos, el discurso se hace más digerible en vista de que es una lectura explícita general pero que remite a un modelo situacional como es la política peruana, su gobierno, su Presidente y su falta crítica en relación a su incapacidad reflexiva sobre sus equivocaciones durante los cinco años de su mandato.

9.- Propositiones

- **Las modalidades de ‘necesidad’ y ‘probabilidad’ pueden depender de la ‘definición de la situación’ por un grupo específico:** Lo que el enunciador establece es una modalidad de ‘necesidad’ de establecer un lenguaje de indignación debido a la carencia de crítica del Presidente Humala, al no ser reflexivo ante la

pregunta de si admite errores en su gobierno. De ahí el titular verbo-visual en color rojo, <<Sin autocrítica>>.

- **Los predicados seleccionados como significados para describir (actores sociales de) fuera de los grupos pueden incorporar opiniones controladas ideológicamente, como es bien sabido por el uso que se hace de significados como “terroristas” y “luchadores de la libertad”:** Este fenómeno puede advertirse en los procesos de Lexicalización, a la que volveremos más adelante: En esta portada encontramos predicados que se relacionen con este punto, como por ejemplo: <<...no admite errores en su gestión>>.
- **La Lexicalización,** lo podemos encontrar en toda la portada, tanto en el titular, <<Sin autocrítica>>, así como en el subtitular, <<Presidente Ollanta Humala no admite errores en su gestión>> y en el otro el subtitular más pequeño, <<Adelanta que seguirá haciendo política una vez deje su mandato>>.
- **Los roles semánticos de los argumentos proposicionales:** Mediante la frase del titular de la portada general, <<Sin autocrítica>>, así como en el subtitular principal, <<Presidente Humala no admite errores en su gestión>>, se le atribuye responsabilidad moral al no ser reflexivo y por tanto, se le critica también el no ser asertivo en sus apreciaciones en cuanto al manejo en la administración de su gobierno. <<Sin autocrítica>> es el resumen del argumento proposicional en contra del rol semántico del Presidente Humala.
- **Las nociones de perspectiva, punto de opinión o posición:** en esta portada se deduce una perspectiva general de indignación por la falta de autocrítica del político más importante del Perú, el Presidente Humala, por tanto se señala una afirmación de la <<incapacidad del liderazgo moral>> al no admitir equivocaciones durante los cinco años de su mandato, situación que genera otro punto de opinión en el otro subtitular más pequeño, de que a pesar de todo, <<...seguirá haciendo política una vez termine su mandato>>.

10.- La perspectiva clásica

- ❖ Poética: El titular ofrece en resumen lingüístico, el cual se puede interpretar como una mimesis en este punto en relación con la imagen de la portada. Sin embargo en función de constituir una mejor pertenencia semiótica entre estos elementos, podemos optar por un ligero cambio gramatical en el titular, <<Presidente Humala evade responsabilidad moral al no admitir errores durante su mandato>>.
- ❖ Retórica: Dentro de la portada general, existe un tipo de retórica en cuanto a su argumentación, un discurso argumentativo epidíctico, ya que en toda la plataforma semiológica se condena la actitud del Presidente de no tener autocrítica. Al mismo tiempo, este argumento está ligado a Logos, debido a que tal condena se apoya en evidencia sólidas, en este caso, en las propias palabras del Presidente establecidas de forma indirecta en los bloques de los subtitulares. Por tanto <<admite que no tiene errores durante toda su gestión presidencial>> y que <<seguirá haciendo política al terminar su mandato>>

11.- La expresión cognitiva verbo-visual:

- ❖ La unicidad de significado entre el ícono y la letra impresa: En esta portada, sí hay complemento semiótico entre lo que se representa la imagen y el titular. En este sentido, tanto los componentes textuales verbo-visuales como icónicos trabajan casi al mismo nivel semiótico. Por consiguiente una estructura depende de la otra y hace significar en mayor grado lo que se quiere decir, <<Que el Presidente Humala no tiene autocrítica durante los cinco años de su gobierno>>.
- ❖ El texto verbo-visual: El titular es un ejemplo de texto verbo visual porque juega con la tipografía agrandada e inclinada hacia la izquierda de manera contraria al ícono del rostro del Presidente Humala. En este sentido, se establece una separación semiótica entre lo que dice el enunciador -y que por tanto ésta también es susceptible de relacionarla con la opinión pública-, y lo que opina el jefe de gobierno peruano. En este sentido no hay un acuerdo semiótico y así lo dice también el trasfondo de la noticia. En

cuanto a los subtitulares, éstos también son verbo-visuales, ya que también tienen la misma posición textual en relación al ícono del rostro de Humala, sólo que éstos yacen en color blanco, de alguna manera para apaciguar el estado de <<alerta y desagravio>> que contiene a nivel semiótico: <<Sin autocrítica>>.

- ❖ La mirada compulsiva (pasión escópica) y lo imaginario: A nivel cognitivo se produce cierto impacto visual mediante la relación que establece el titular principal y el imaginario, ya que un Presidente <<sin autocrítica>> se interpreta como un Presidente sin capacidad reflexiva. Por consiguiente, se puede producir una mirada escópica a través de ese imaginario pero al mismo tiempo, debido al tema de la indignación, puede que no se produzca tal efecto.

12.- Interacción

- ❖ El marco y foco o sujeto primario y secundario: En vista de que el titular <<Sin autocrítica>> es una frase donde no hay foco metaforizado; por tanto, se procederá a realizar una nueva construcción gramatical según el mensaje que encierra la portada y sin cambiar ningún elemento significativo. Por consiguiente, el titular, como se ha hecho en ítems anteriores, sería del siguiente modo: <<El Presidente Humala no tiene una autocrítica de sus cinco años de gestión>>. Una vez establecido esta construcción se puede observar, que aun así no existe un foco metaforizado o sujeto secundario tal cual, sólo una frase.

13.- Proyección

- ❖ La experiencia sobre metáforas estructurales: En toda la portada, se genera una lectura semiótica en la que se establece un tipo de metáfora estructural en la que el dominio meta es <<Toda discusión es una guerra>>. Por tanto, lo que el enunciador realiza es atacar al personaje a través de la única retórica argumentativa que es la de <<no tener una autocrítica>> en virtud de que ya finaliza su mandato, durante los años de gobierno como Presidente de la República. De esta forma se agravia más la condición moral del jefe de estado, mediante la réplica del enunciador que el propio actante ha manifestado,

estructura lingüística que hacer significar una suerte de <<auto-eliminación discursiva>>.

Por consiguiente, este discurso mediático la gana el enunciador y deja a su actante principal, el Presidente Humala, derrotado. Bajo esta misma observación metafórica, al contrario de la portada anterior, se puede establecer también que el otro ganador es <<la opinión pública>>, dado que mediante esa <<auto-eliminación discursiva y moral>> se confirma la razón axiológica de la mala gestión de su gobierno y no haber sido capaz de resolver los problemas más importantes que aquejan a los ciudadanos peruanos desde que inició su gobierno.

14.- Fusión Conceptual:

- ❖ Red de integración a través de redes de nivel único: A nivel del lenguaje icónico existe también una suerte de fusión conceptual. Por tanto, para estos casos, se unirá el titular y el subtitular, como en otros puntos anteriores para una mejor efectividad en la observación: <<Sin autocrítica: Presidente Ollanta Humala no admite errores en su gestión>>.

15.- La interrelación entre la metáfora y la metonimia

- ❖ En este apartado no existe ninguna posibilidad de interrelación entre la metáfora y la metonimia debido a su literalidad en el lenguaje.

16.- El color rojo como atributo metafórico

- ❖ El color rojo es un símbolo/signo/metáfora: El titular contiene el color semiótico del rojo y bordes blancos, colores que también remiten a la bandera peruana, pero que en este caso, los colores tienen la función de índices metalingüísticos dado que los subtitulares yacen en color blanco. Por tanto, más allá del lenguaje propiamente dicho, existen lenguajes en estos colores que establecen una relación sémica entre los bloques lingüísticos. Por tanto, el titular, <<Sin autocrítica>>, en color rojo y con bordes blancos, remite a que <<El Presidente Ollanta Humala no admite errores en su gestión>>, tipografiado en color blanco; y éste se refiere al otro titular más pequeño

también en color blanco, pero vuelve al titular en color rojo, dado que al empezar este último bloque textual, contiene un ícono que simboliza <<ítem>> en color rojo, << Adelanta que seguirá haciendo política una vez deje su mandato>>. De esta manera hay una suerte de retroalimentación de índices metalingüísticos.

17.- Metáfora y humor

❖ Aquí no se produce ninguna característica de metáfora en relación al humor.

18.- El Stadium y el punctum: En este tipo de portada de cuyo mensaje es casi unidireccional, porque no hay defensa retórica por parte del actante principal de la noticia, sino la utilización de la premisa auto-eliminadora en el discurso del Presidente Humala, el *studium* podría constituirlo el imaginario de lo que el texto verbo-visual representa en la mente de los ciudadanos peruanos. Por consiguiente, se puede hacer las siguientes preguntas referentes a ese impacto visual, ¿En realidad habrá dicho eso? ¿Cuál habrá sido la otra respuesta del Presidente Humala? ¿Será así de irreflexivo para responder de esa manera en un medio de comunicación? ¿Cómo no puede tener autocritica después de todo? ; en cuanto al *punctum*, lo que hiera o lastima es la imagen del Presidente Humala, la mirada perdida que también connota <<escape>>, y la postura de su rostro que no enfrenta sino que huye, es una estructura icónica de hartazgo que grita que ya no quiere enfrentarse a los medios. Puede que también no tenga una posición reflexiva del todo porque ya se va del gobierno, y que por tanto, no le interesa lo que opine el medio.

19.- Metáforas visuales

❖ Metáfora contextual: En cuanto al discurso en general del enunciado, es una lectura semiótica que pertenece a la política peruana y de cuyo mensaje temático es la <<incapacidad moral>> del Presidente Humala de no tener una visión autocrítica de los cinco años que ha estado como jefe de estado peruano. De esta manera se le atribuye tal responsabilidad y se comprueba de alguna manera que hay una especie de <<guerra mediática>> entre este tipo de medio y el jefe de estado, es una lectura semiótica de <<anti-estado>> al no proponer más elementos discursivos que se acerquen un poco más hacia la objetividad.

VI.- DESARROLLO Y RESULTADOS DEL GRUPO DE DISCUSIÓN

En el marco de establecer las conclusiones más generales y al mismo tiempo las deducciones más detalladas en esta fase de la investigación, se realizaron dos grupos de debates de manera aislada, proceso del cual se le denominó al primer equipo como <<**Grupo de expertos**>>, dado que fue formado por comunicadores sociales en su mayoría o personas relacionadas con los medios; y al segundo equipo como <<**Grupo de estudiantes**>>, conformado por alumnos de Ciencias de la Información del primer y segundo año de la carrera. En ese sentido, ellos respondieron a 10 preguntas referidas al diario *‘Perú21’* para rescatar elementos que puedan ser considerados innovadores o resaltantes, o en su defecto cuestiones repetitivas o redundantes que dificulten la calidad de la noticia, tanto en la forma como en el fondo de la misma.

Por consiguiente, como se mencionó en la parte introductoria de esta investigación, el diario *‘Perú21’* nace como una oferta noticiosa de <<*El Grupo ‘El Comercio’*>> para brindar la misma calidad informativa pero a un precio más módico, mediante un formato tabloide con un diseño diferente e innovador al de su casa matriz, *‘El Comercio’*; y así también lo ha entendido la opinión pública. Sin embargo, desde su creación en agosto del 2002 hasta la actualidad, el periódico se ha vuelto en cierta forma más <<populista>>, con contenidos más tendenciosos, cuyas noticias parecen ser catalogadas como una especie de <<cortina de humo>>, así es como parte del grupo de discusión lo observa. Este contexto híbrido y ambiguo de aceptación hace que se genere cierta predilección y admiración por ciertas características como la creatividad en la presentación de sus portadas y la pluma de sus columnistas, muchos de ellos de diferentes ideologías pero que comparten la misma plataforma de comunicación; y por el contrario, una acción comparativa con los diarios <<*El Comercio*>>, y otros diarios de versión más popular del país en cuanto al sensacionalismo de sus noticias en sus portadas y la organización de sus contenidos.

Por tanto, volviendo al campo de estudio, dentro del debate en general, hay una confrontación de opiniones en base a la calidad informativa así como de elemento ideológico. No obstante, hay similitudes entre ambos equipos <<de expertos y estudiantes>> en relación a la parte icónica como impacto noticioso en la portada, pero que dentro de estas similitudes también hay pequeñas discrepancias puesto que <<no siempre el impacto visual será sinónimo de interés en la lectura total de la noticia>>, así lo manifiestan algunos participantes considerados como <<expertos>> y también todos los participantes <<estudiantes>>, ya que tienen una apreciación negativa del diario precisamente porque no lo consideran como un diario serio. En ese sentido, dentro del equipo de <<expertos y de estudiantes>> en relación a las opiniones de las personas que coinciden en esa característica negativa, éstas se basan en la conexión a priori que tiene el diario <<Perú21>> con su casa matriz ideológica de ‘El Comercio’, de tendencia centro-derecha.

Por consiguiente, algunas de estas respuestas se asocian a lo que Van Dijk se refiere de las ideologías y de los grupos de pertenencia, lo cual puede establecer modelos de opinión parciales en vista de la visión que tienen del medio como institución. No obstante, parte de esa visión se debe también al hecho de la adquisición de medios como se mencionó en párrafos anteriores, en este sentido se establece la premisa general de que el <<el conocimiento, o la información en este caso, es poder>>, de ahí las opiniones negativas rotundas del <<grupo estudiante>> dado que a pesar de ser un grupo joven que todavía no toman contacto con algún medio de comunicación, son los más reacios a <<conformarse>> con la realidad que el contexto noticioso peruano ofrece. Para ellos, <<el grupo de estudiantes>> y para una parte del <<grupo experto>> como se dijo antes, conceptualizan a <<Perú21>> como un periódico más del montón.

En este sentido, para el <<grupo de estudiantes>> en especial, manifiestan que <<Perú21>> pone <<cortinas de humo>> a la sociedad y no se preocupan por brindar información veraz, que utilizan el humor no tanto como medio cognitivo positivo sino

como efecto adormecedor. <<El grupo experto>> considera que las portadas del diario son bastantes creativas porque trabajan mucho la imagen de forma casi audiovisual, un manejo del color simbólico y preciso de lo que se quiere decir o graficar y en ese sentido sí lo consideran líder -o en opiniones de los demás entrevistados dentro de este mismo equipo no necesariamente líder pero que sí marca tendencia en el lenguaje visual.

Por tanto, después de una breve introducción, la pregunta que englobaba nuestros intereses en cuanto a calidad informativa era saber si el diario del objeto de estudio en cuestión, tenía posicionamiento positivo sobre ellos, y si el efecto es negativo conocer la razón de esa impresión. A continuación, la primera pregunta de la relación de preguntas establecidas como referente cognitivo para la obtención de indicadores contrastables sobre la investigación.

1.- ¿Considera al diario ‘Perú21’ como uno de los diarios líderes dentro de la prensa peruana? ¿Por qué? Una parte del grupo experto sí lo consideró como líder puesto que marca tendencia en la composición y presentación de sus portadas.

GRUPO DE EXPERTOS

Gabriel Loza García, Comunicador Audiovisual, *Freelance* y anteriormente Productor de Tv en Juan19Tv:

“Antes, todos los periódicos de calidad tenían que ser caros, y eso es algo que ‘El Comercio’ siempre lo ha mantenido hasta ahora, y ‘Perú21’ ha demostrado que podía dar información un poco más precisa, información de calidad a un bajo costo y me parece que aún tiene un buen nivel de periodismo y lo considero líder a pesar de todo// Cuando yo vi ‘Perú21’, una cosa en que se destacaba es que ellos trabajaban y trabajan su fotografía, en comparación con otros periódicos que ponen sus imágenes no tanto preparadas para el titular, ellos sí se esfuerzan y eso es algo que he conversado anteriormente con algunos profesores; por ejemplo en la portada <<Sigue mudo>>, ellos han editado la imagen, no

tanto para satirizar pero sí para graficar lo que quieren decir, para mejorar la idea dentro de sus reportajes y a mí parecer esta forma de presentación destaca en comparación de muchos otros periódicos”.

Gisela Ravina Luque, Comunicadora Social, Coordinadora de Proyectos en el Apostolado del Rosario en Familia del Arzobispado de Lima.

“Yo veo a <<Perú21>> como un <<Comercio>> versión popular, en donde últimamente, el color amarillo destaca y eso hace que se destaque también que pertenece al Grupo ‘El Comercio’; por tanto ‘El Comercio’ por una cuestión meramente de mercado, se expande a través de la creación de otros formatos. Es el caso de ‘Perú21’ que es mucho más pintoresco y llega a sectores C y D; y ahora hablando de la línea editorial sí lo veo vinculado al ‘El Comercio’: lo podemos observar mediante sus principales columnistas, Aldo Mariátegui, porque lo ponen en la parte superior de este diario. Lamentablemente el periodismo está siendo manejado como un negocio”.

Gabriel Loza García, refuta esa idea:

“Yo en esa parte voy a discrepar, ‘Perú21’ no nació para el sector A,B o C, D sino para un público más joven, cuando ‘El Comercio’ sacó al ‘El Trome’, lo hizo especialmente pensando para el segmento C,D,E con temas más irrelevantes, entonces hay una cosa en que se ha destacado ‘Perú21’ y es que ellos no tocan esa parte superficial, con lo cual, el diario se convierte en una especie del <<hijo menor del Comercio>>. Si se dan cuenta, aparte de que se destaca el color amarillo, también se destaca en mayor medida, en todos los titulares, el color rojo y ese color llama mucho la atención en los jóvenes estudiantes universitarios, es decir ‘Perú21’ va dirigido para jóvenes de épocas universitarias. Yo recuerdo mucho cuando estudiaba, que los compañeros que iban a periodismo, ellos no querían ingresar al <<grupo El Comercio>> sino a ‘Perú21’ entonces la marca de ‘Perú21’ ha destacado en estos detalles”.

Estefanía Pomajambo Figueroa, Socióloga de la Universidad San Marcos, especialista en derechos de las mujeres y profesora asistente en la Universidad de Ciencias Aplicada, UPC, en cursos de lenguaje.

“Yo creo que al comienzo sí comenzó como un diario líder, es decir al comienzo ‘El Comercio’ se comportaba o publicaba de manera democrática a pesar de su línea capitalista pero se notaba que había investigación de calidad, sin embargo ha habido un momento en que ‘El Comercio’, cambió la conducción por parte de una fujimorista en la que ya la línea cambió e hizo que se tratara de culpar a todo lo que tenga que ver con los derechos sociales en todos los niveles de sus periódicos y en ese sentido, también arrastró a ‘Perú21’, a la vez en esa época comenzaron a resaltar otros periódicos menores que también tienen buenos investigadores y reconocidos líderes de opinión, y por tanto a ‘Perú21’, ya lo percibo de un nivel menor o por lo menos ya no cubre un segmento que podría llegar que es la gente que está interesada en los derechos y conflictos sociales, entonces ahí es cuando, tanto ‘Diario 1’ como ‘Diario 16’ ya han cubierto una parte de las expectativas del público. Yo sé que últimamente han vuelto a cambiar de dirección y también había la información de que todo <<el Grupo ‘El Comercio’>> había desarticulado su área de investigación y por tanto todo eso afecta a todo el grupo. Definitivamente ‘Perú21’ ya no es una opción para un sector del público’.

Gabriel Loza García:

“Este diario no va para gente de 30, 40 para arriba, a mí me parece que en este caso ‘Perú21’ sí tiene un público objetivo y me parece que es perenne, yo no veo a chicos caminando con ‘El Comercio’, ‘La Primera’, ‘Expreso’, yo veo a los chicos con ‘Perú21’, hay jóvenes que compran el diario por leer a Jaime Bayli, y también a Mariátegui porque son personajes que marcan lo rebelde, lo anti; además que siempre están cuestionando al gobierno de turno ”

Guisela Ravina Luque:

“Si a me preguntan qué diarios son líderes, yo creo que a pesar de todo, ‘El Comercio’ sigue siendo líder, y también ‘La República’ pero yo no veo esa característica en ‘Perú21’.

GRUPO DE ESTUDIANTES

Carla Condemarín Samayani, estudiante de 1er ciclo de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad San Martín de Porres:

“La verdad es que creo que ‘Perú21’ te da información a un precio más módico porque ‘El Comercio’ es un poco más caro, pero también creo que se comparten informaciones y siento que no me informan muchas cosas nuevas y creo que deberían innovar en esos detalles para que no sea un periódico más”.

Julio Quispe Hermoza, estudiante de la Facultad de Ciencias de la Información de 3er ciclo de la Universidad de San Martín de Porres:

“Los diarios en su mayoría están monopolizados, ya que sabemos que ‘Perú21’, ‘El Comercio’, ‘El Trome’, ‘Correo’, ‘Gestión’ todos esos diarios pertenecen al <<grupo El Comercio>>. Entonces de una forma u otra cuentan la verdad cruda. Ahora último estoy leyendo bastante el diario de Hildebrandt, un diario que es independiente y habla muy en franco las cosas como son; ahora contextualizando el tema de ‘Perú21’ es cierto que sus portadas son bastante llamativas y atraen el ojo del peruano. Por ejemplo, la portada, <<Uña y mugre>>; además me gusta el hecho de que es un diario con bastante periodismo de opinión; aparte de eso me gusta leer por entrenamiento a Jaime Bayli y leo sus historias, no obstante, ‘Perú21’, más que por sus portadas, me parece otro diario más y no es algo que caracterice mucho al periodismo peruano. Sé que para muchas personas ‘Perú21’ es un referente para muchas personas; sin embargo, en general, yo no hayo en ‘Perú21’ lo que sí puedo encontrar en el periódico de Hildebrandt”.

Cristhian Roy Chávez Gil, estudiante del 3er ciclo de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad San Martín de Porres:

“Bueno la gente lo lee para tener un contexto pero no influye en las personas, es decir no lo hace interesante”.

Grecia Briceño Rosario, Estudiante del 1er ciclo de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad San Martín de Porres:

“Yo creo ‘Perú21’ no es un líder porque sus noticias no son actualizadas y que son repetidas sacadas de <<El Comercio>>. Personalmente yo no leo ‘Perú21’, yo prefiero leer ‘La República’.

Conclusión: Según las respuestas obtenidas, la mayoría opina que el diario ‘Perú 21’ no es un diario líder debido a las variables del discurso en cierta forma tendencioso, ideológico, o populista. Sin embargo, como se puede observar dentro de esa mayoría de opiniones, existen pequeñas diferencias valorables, de las cuales se puede resumir de la siguiente forma: <<en un momento sí comenzó como líder pero luego ya no>>, <<sí marcan la diferencia pero solamente en cuanto al lenguaje icónico>>, <<sí son líderes porque grafican lo que quieren decir y en ese sentido no hay ningún otro diario que se les parezca>>, <<tienen portadas llamativas, además de excelentes columnistas>>. En este sentido, a buena parte del <<Grupo experto>> no consideran a ‘Perú 21’ como líder, salvo un individuo que se manifiesta de manera contraria; y en cuanto al <<Grupo de estudiantes>> no lo considera líder en absoluto, aunque sí interesante debido a los columnistas como Jaime Bayli.

En el siguiente paso, nuestra pregunta se basa en la observación de portadas, las cuales consideramos *a priori* como impactante a nivel cognitivo por el uso de metáforas y formas creativas de estructura en los enunciados principales. La razón de establecer este tipo de medición es porque queremos constatar nuestras impresiones y buscar un elemento más objetivo a través de las respuestas de los entrevistados en el grupo de discusión.

2.- Esta segunda parte del debate, se le presentaron a los entrevistados un grupo de portadas del año 2008/2009 y del 2015, a través del proyector y al mismo tiempo, impresas en tamaño A3, éstas son <<Uña y mugre>> 01 de julio del 2008, <<Mintió>> 30 de enero del 2009, <<Condenado>> 08 de abril del 2009, <<Qué buena teta>> 2009, <<Alvarez Rodrich deja Perú21>>, noviembre del 2009, <<En aprietos>>2014, <<En su laberinto>> julio 2015, <<Defraudó por 564 millones>> 2015, <<Qué buena teta>>febrero 2009,<<Videíto manda>> 2008, <<Sin autocrítica>> 03 de agosto del 2015, Por tanto, **¿cuál de estas portadas recuerda más o le produce más impacto visual y por qué?**

GRUPO EXPERTO

Estefanía Pomajambo:

“Me inclino por la portada que tiene a Fujimori de forma completa porque es raro ver a una sola imagen que ocupe un 90% de la caratula, a pesar de una caratula sobria y la sobriedad es raro en los periódicos peruanos”.

Gabriel Loza García: *A mí me impresiona, <<Defraudó por 564 millones>> no tanto por la cantidad de dinero sino por el color resaltante y por la forma como la presenta el titular, por tanto, en el medio de tantos periódicos yo leo lo que más resalta en rojo y la cantidad que de golpe llama más la atención porque contiene un lenguaje semiótico; y también la de Fujimori, <<Condenado>>, porque es una portada atípica, una portada general de una sola nota, y también hay que ver el trasfondo de la noticia, de la época en que fue emitido ya que fue un hecho histórico”.*

Mercedes Sarapura Sarapura. Comunicadora de la Universidad San Martín de Porres, especializada en Comunicación y Cultura. Profesora en la Facultad de Ciencias de la Comunicación, USMP.

“A mí me parece que esta portada, <<Uña y mugre>>, me gusta más, bueno <<me gusta más>>, en realidad también las demás que han mencionado, pero ésta <<me gusta más>> por una cuestión que queda muy claro que son dos personas en una y es el impacto ¿no?... Ahora <<Uña y mugre>> no se termina de entender hasta que se lee el bloque inferior, “Montesinos montó show para limpiar a Fujimori”, es decir tienes que conocer un poco más el contexto, con lo cual en el noticiero de la noche lo explican. En ese sentido y volviendo a la imagen, esta portada me parece –icónicamente- a nivel de imagen tiene una carga semiótica muy fuerte y a nivel de titular te impacta”.

Juan Alberto San Martín Vásquez. Licenciado en Historia por la Universidad Nacional Federico Villareal. Profesor de la Universidad Tecnológica del Perú, UTP, y director de la revista de historia y cultura ‘Tiempos’.

“A mí me llama la atención la portada de la funcionaria con la nariz de pinocho,

<<Mintió>>, no tanto porque sea jocoso sino también porque, aparte de la nariz, hay un fondo oscuro que significa mentira, engaño, corrupción, prácticamente se puede decir que los funcionarios público que mienten son los que arruinan al país y ese color negro de fondo lo marca bien”.

Guisela Ravina Luque

“En ese sentido la portada <<Álvarez Rodrich deja Perú21>> que tiene el color negro de fondo, es una portada negativa...”

Gabriel Loza: *“Es una portada de protesta”.*

Paulo Andre Herrera Castro. Estudiante del último ciclo de la Universidad Mayor de San Marcos; Free lance, redactor creativo y diseñador.

“Agregando un poco a lo que han dicho los demás, se puede decir que en la gran mayoría de portadas de ‘Perú21’, se rompen los mismos marcos que tienen, por ejemplo se ven portadas con letras inclinadas y esto es algo que se repite en casi todas las portadas, entonces es un dinamismo distinto que llaman más la atención. Por ejemplo, dentro de las portadas que más me llama la atención se encuentran <<Mintió>> y <<Uña y mugre>> porque son portadas en contraste de color rojo y blanco, con frases provocativas que no dicen mucho pero si tú lees además de las palabras el fondo y como se apoyan bastante en la imagen, entonces lo relacionas muy bien, y en ese sentido son bastante creativos”.

Guisella Ravina Luque:

“A mí me llama la atención <<Patea la ‘grati’>>; y como han mencionado el diario va a un público joven, pues se puede deducir lecturas como <<pateo el curso para el siguiente semestre>>; y lo otro es que tiene el fútbol de forma de presentación, Humala pateando la pelota con algo borroso, más las frases en color rojo saliéndose del marco, además de utilizar la jerga <<grati>>. La otra portada que llama también la atención, <<Sigue mudo>>, es decir pudieron hacerlo como cuando quieren reflejar el silencio de un político que lo hacen con un pega-pega, pero aquí como han utilizado el photoshop, por tanto ¿qué le han hecho?, no tiene la boca y eso resulta más chocante. En ese sentido, esto

periodísticamente también puede ser una desventaja porque como ya me lo han dicho todo, no me interesa leer el desarrollo de la noticia.

Mercedes Sarapura:

“Además hace mucho que los titulares dejaron traer la noticia, ahora es casi una retroalimentación de lo que ya el lector saber”.

Gabriel Loza

“Ahora con el uso de internet, inclusive hay eventos que los puedes ver in situ, en tiempo real, entonces, esto hace que estas noticias de los diarios no sean resúmenes sino más bien sean una especie de análisis”

GRUPO DE ESTUDIANTES

Andrea Romina Petit Baltazar, estudiante del 1er ciclo de la Facultad de Ciencias de la Información, Universidad San Martín de Porres:

“Relativamente todas llaman la atención con este tipo de títulos, con lo cual para el público sí es visualmente atractivo, pero ¿qué dice?, <<En su laberinto>>, <<Uña y mugre>>, y los subtítulos que dicen “ambos intercambiaron guiños”, esto para mí no me informa nada”.

Christian Roy Chávez Gil:

“Lo que me he dado cuenta es que abusan mucho del color rojo, es como si fuera un estado de emergencia, luego leo los subtítulos y me decepcionan”.

CONCLUSIONES:

A pesar de que la gran mayoría está de acuerdo con el impacto visual de las portadas del diario, en el caso del <<Grupo Experto>> dejan una opinión más analítica en cuanto a discurso, estructura noticiosa y mensaje; no obstante la posición del <<Grupo de estudiantes>> es más crítica y se basan más en el tratamiento de la noticia en sí. Esto se debe a que se relaciona mucho el periódico ‘Perú21’ con el diario ‘El Comercio’. Por otro lado, ese rechazo se apoya a su vez, en el discurso correlativo de las imágenes entre portada

y pequeñas imágenes de las otras sub-noticias, así como con la imagen de la chica en bikini que se pueda hallar dado que eso desmerece lo que se quiere dar en el mensaje de la portada; además de la utilización del color rojo porque que no lo ven como un elemento sumatorio semiótico sino todo lo contrario, lo conceptualiza como <<engaño>> o <<estado alarmista>>.

Después de este punto, se originó una repregunta, la cual se basó si por medio del impacto visual ocasionaría el deseo en el lector de comprar el diario para saber el motivo de la noticia, un <<por qué o para qué>>. Bajo esa condicional se obtuvo lo siguiente:

GRUPO EXPERTO

Guisella Ravina:

“En realidad si buscase un diario que responda a mis preguntas basadas en un <<por qué>> o <<para qué>>, en ese caso buscaría otros diarios más serios como ‘La República’.

Mercedes Sarapura:

“O también, por una cuestión de accesibilidad y del formato escogería a ‘Perú21’ ya que está apuntado a un público joven intelectual universitario”.

Gabriel Loza:

‘Peru21’ fue creado para un público joven universitario y en ese sentido, si lo compraría porque quería leer qué es lo que tiene que decir <<cierto personaje>> (columnistas).

Estefanía Pomajambo Figueroa:

“Si bien puede ser que ‘Perú21’ está hecho para un público C y D, cuando tú subes, si esto va apuntar a público joven de segmento C y D, entonces cuando subes a los micros lo que te van ofrecer son ‘El Trome’ y ‘Ojo’, y ‘El Trome’ está considerado para un público más que C y D, es para público analfabeto funcional, y dentro de ese contexto también hay que entender que ya hay muchísima gente que va a la Universidad y por ende ya se tiene que

haber incrementado su capacidad de análisis y en ese sentido yo creo que 'Perú21' cubriría ese aspecto".

Mercedes Sarapura:

"Para agregar, a mí me parece que los titulares del Comercio son más informativos y un poco largos, en cambio los titulares de 'Perú21', además de ser creativos, entran en cuestiones algo lúdicas y esta característica indica también la postura bastante provocadora del diario. Otra característica de este diario, es que acá hay buenos artículos de opinión, por ende, son bastantes flexibles y juegan con esos dos puntos. Entonces, me parece que va a un público con capacidad más reflexiva, con aspiraciones, por estilos de vida y no tanto por segmentos".

GRUPO DE ESTUDIANTES

Julio Quispe Hermoza: *"Me preocupa mucho lo que dicen mis compañeros, las personas que son ajenas a la carrera de Ciencias de la Información no entienden este tema, con lo cual creo son más influenciables con este tipo de noticias y no se dan cuenta que tratan de manipularnos".*

Carla Condemarín Smayani:

"El problema de Perú21 es cuando ves las portadas llamativas puede que tengas ganas de leer la noticia completa pero cuando abres el artículo encuentran casi la misma información que lees en otros periódicos...es una especie de fusión de 'El Trome' con 'El Comercio'".

Grecia Briceño Rosario:

"En conclusión, lo digo en una palabra, <<ventas>>"

CONCLUSIÓN: Como se puede observar, hay mayor diversidad de respuestas en el <<Grupo Experto>> dado que son más mesurados en su visión y tienden a reconocer una doble lectura bajo dos condicionales, << Si me impacta la portada puede que compre el diario dado que tiene buenos columnistas y encuentre la razón de ese 'impacto informativo'

en esas informaciones referentes>> o que <<más allá de que me impacte o no, yo no compraría ‘Perú 21’ porque simplemente no lo considero serio>>. En cuanto al <<Grupo de estudiantes>>, sigue habiendo acá la constante de oposición absoluta al diario, por ende no comprarían el diario para enterarse mejor de la noticia, así les resulte impactante o llamativa la portada, y esto se debe a malas experiencias, ya que en el momento de leer el artículo no han encontrado nada nuevo, y que por tanto, a la información completa se le suele considerar como <<una cortina de humo>> para distraer a la opinión pública.

En cuanto a la siguiente pregunta, lo que se intenta realizar con este ejercicio es buscar alguna forma de referencia socio-política, para establecer de una manera más objetiva, los sub-indicadores del indicador del encuadre al cual pertenezca la portada. De esta manera, se pretende averiguar el grado de posicionamiento negativo que hay en el contexto noticioso en conjunción con el desarrollo de la política peruana a través de portadas antiguas y actuales. La siguiente pregunta es:

3.- ¿Qué o cuáles noticias le produce más indignación a nivel de portada y por qué?

GRUPO EXPERTO

Estefanía:

“A mí me impactaron <<Sigue mudo>> porque es del 2008 pero yo la sentí como si fuera del 2015. Primero que no veía bien la fecha, y además en las letras negritas ya hablaban del caso anterior de <<Comunicore>> y yo me digo, ¡pero es la misma situación en la actualidad!”.

Guisella Ravina:

“La portada <<Sigue mudo>> bien puede ser un titular de actualidad porque el personaje <<sigue siendo alcalde>> y <<sigue teniendo esa actitud de mudez>>. “En medio de incertidumbres por revisiones técnicas”...y se está hablando hasta ahora de estos mismos problemas y con esto quiero decir también sobre la poca seriedad que tiene el periodismo impreso actual, yo diría que muchos jóvenes tendrán como referente periodístico en internet ‘la Mula’ y ‘El útero de Marita’”.

Estefanía Pomajambo:

“Otra portada que me impacta y me indigna es la de Fujimori, <<Condenado>>, porque tanto nos habíamos demorado desde su renuncia que fue en el 2001, es decir desde comienzo del gobierno de Toledo y recién en el 2008 se lo capturaba”.

GRUPO DE ESTUDIANTES

Christian Roy Chávez Gil:

“Para mí la portada de <<Sigue mudo>>, yo me leo esta información y pienso que es actual y me indigna porque la situación con el actual alcalde sigue siendo la misma”

Andrea Romina Petit Baltazar:

“A mí, la portada <<En su laberinto>> porque el hecho de investigarla más están haciendo <<todas las cortinas de humo>> que pueden.

Julio Quispe Hermoza:

Me indigna más la de Nadine Heredia, <<En su laberinto>> que ya es repetitivo y esto se debe porque es el gobierno de turno, y en los últimos dos años siempre van a destacar las cosas malas para eliminar su vida política”.

Gracia Briceño Rosario:

A mí me parece que lo que más me indigna es la portada <<Sin autocrítica>> y que luego, como lo dice en el subtítulo, Humala va seguir haciendo política dejando la política, cuando es evidente lo mal que ha sido su gobierno debió al aumento de la inseguridad ciudadana, cosa que él prometió mejorar al comienzo de su mandato”.

CONCLUSIÓN: En la gran mayoría, tanto en el ‘*grupo experto*’ como en el ‘*grupo de estudiantes*’ se destacó que la portada <<Sigue mudo>> les causó más indignación porque a pesar de ser una noticia del 2008 les parece una portada actual, ya el actante de la noticia de hace siete años fue reelegido el año pasado y que por tanto sigue siendo alcalde, pero también sigue teniendo los mismos problemas y en muchas cuestiones <<sigue estando mudo>>. En segundo lugar, para *el grupo experto* está <<Condenado>> porque es una

noticia del 2008, pero el hecho por el que se le juzga, que fue por corrupción, pertenecía al 2001. Por tanto, se observan los siete años de demora para que se haga justicia. En cuanto al *grupo de estudiantes*, le siguen <<En su laberinto>> dado que es una noticia repetitiva de la primera dama por parte del medio porque ya <<cansa la misma noticia>>, luego está la portada, <<Sin autocrítica>>, por el hecho de que un Presidente de gobierno no tenga una propia crítica consigo mismo manifiestan que es muy grave, a pesar de que se ha aumentado uno de los elementos que más aqueja a la administración y orden del estado como país, como es la <<seguridad ciudadana>>.

En relación a la siguiente pregunta, lo que se pretende es reconocer algún elemento positivo en el manejo de la noticia y por ende, averiguar si tales personajes que siguen o fueron <<mediáticos>> en su momento, mantienen <<identidad/pertenencia>> con la sociedad peruana ya sea como característica positiva o negativa. En este sentido, la pregunta es:

4.- ¿Qué noticia le genera más conformidad en cuanto a los hechos como una cualidad merecedora de la misma? Puede ser mala o buena, ejemplo: 1.-“Si Fujimori hizo mucho daño al país, pues se merece estar entre rejas ahora”// 2.- “Si Claudia Llosa y Magaly Solier le dieron el galardón máximo al cine peruano en un festival internacional, se merecen todo”

GRUPO EXPERTO

Juan San Martín:

“Bueno, La portada perteneciente a Fujimori, <<Condenado>> porque Fujimori tiene responsabilidad de lo que sucedió en su gobierno, aunque él diga que no. Definitivamente es culpable, es decir <<Condenado>> está bien puesta, y esto causa satisfacción en la mayoría del colectivo peruano”.

Guisella Ravina:

“Yo diría que la portada <<Condenado>> por todo lo que representa.

Gabriel Loza:

“Sí, es una nota en toda la portada, además de lo que dice en el subtitular, <<Fallo histórico, Fujimori fue sentenciado a 25 años de prisión>>, ósea primero por el mismo hecho de que es una noticia donde la cara está en toda la portada.

Mercedes Sarapura:

“Sí, es ‘la noticia’, incluso a nivel internacional”

Gabriel Loza:

“Si tomamos en cuenta el contexto social, fue el gran personaje; yo diría también que <<Se hizo justicia>>.

Guisella Ravina:

“Para mí en segundo lugar está <<Videíto manda>>, es decir antes era <<papelito manda>>, en cambio ahora lo audiovisual, es decir una imagen vale más que mil palabras. Entonces hay que recordar que <<papelito manda>>, esa frase trascendió para probar hechos; ahora no, e incluso en aspectos legales, ya es válido la muestra de un vídeo como prueba condenatoria, años atrás no, sobre todo para comprobar la voz en juicios, esas cosas ya son válidas. Si hace un rato mencioné que se había perdido la labor de comunicador social en estos diarios, en cambio con este tipo de trabajos sí puede recuperar ese <<liderazgo>>, en otras palabras sin decir nada, se logran captar imágenes, declaraciones, situaciones, como el vídeo que se tumbó a un gobierno: al gobierno de Fujimori que se mantenía 10 años en el poder. En positivo, esta portada me causa conformidad porque las imágenes son contundentes para que se conozca la verdad. Es decir esa frase <<papelito manda>> ya reemplazó a <<Videíto manda>>.

GRUPO DE ESTUDIANTES

Julio Quispe Hermoza:

“A mí me parece esta portada, <<Perdimos US\$ 67,203 millones>> porque es lo que está pasando en todo el Perú, en Villa María y muchos otros lugares y sin bien es cierto está pasando en todo el Perú, es serio y es triste a la vez y es lo que se ajusta más a la

veracidad”.

Andrea Romina Petit Baltazar:

“La de Fujimori, <<Condenado>>, porque es la que más sentido tiene ya que <<está pagando por lo que ha hecho>> y es una noticia de la que vale la pena leer.

Christian Roy Chávez Gil:

A mí también esta portada, <<Condenado>> me parece más conforme porque le dan importancia a todo lo sucedido”.

CONCLUSIONES: Para **el grupo experto**, la portada <<Condenado>> fue nuevamente elegida pero esta vez calificada como la que más le causa conformidad por significar un hecho de justicia, además de representar un caso histórico, ya que nunca antes se le había juzgado y condenado a un ex Presidente de esa magnitud. El efecto emocional producido en el imaginario de los peruanos es <<Por fin se hizo justicia>> ya que lo encuentran culpable, más allá de los cargos de corrupción, es que se le juzga también a nivel de valores en sentido abstracto desde el pensamiento y el imaginario de la sociedad peruana como nación, porque renunció a su cargo por fax y huyó a su país de nacimiento, Japón; además de postular a un cargo político en el país nipón para de alguna manera poder <<protegerse>> de la política internacional, momento en el cual estaba siendo buscado por la Interpol. En cuanto **al grupo de estudiantes**, la portada que más le causa conformidad es también <<Condenado>> por lo explicado en líneas generales anteriormente; y <<Perdimos US\$ 67,203 millones>>, ya que manifiestan que es una información veraz que más se ajusta a la realidad.

En cuanto a la próxima pregunta, se desea analizar el nivel de persuasión que existe en el medio de comunicación, así como reconocer el grado de veracidad de las noticias en cuanto al indicador de encuadre moral, dado que es una constante negativa en la política peruana.

5.- ¿Cuál cree Ud. que es el tema noticioso con menor contenido ético o falta de moral por parte del objeto descrito (personaje) o contexto y por qué cree que el medio le ha

dado ese enfoque?

Mercedes Sarapura:

“En lo que respecta a falta de moral por parte del protagonista de la noticia, a mí me indigna mucho ésta, <<Mintió>>, porque demuestra como el sistema se rompe y perdemos referentes y ahora puedo decir que estudié en cualquier Universidad en el extranjero y presentarlo como tal”.

Guisella Ravina:

Claro a mí también me llama la atención, <<Mintió>>, aunque esta portada es del 2008, yo lo que haría es un <<collage>> porque esta práctica es tan común en la actualidad, hoy en día se ven tantos políticos que <<mienten>> en su hoja de vida.

Gabriel Loza:

“En algún momento puede ser idóneo el trabajo de las imágenes como en <<Patea la grati>>, pero veo un poco de falta de ética o amarillismo, en titulares como <<Sigue mudo>>, <<Mintió>>, y hasta <<Uña y mugre>> por la forma cómo manejan la imagen con el texto y creo que lo hacen simplemente para llamar más la atención y ser más impactante y diferenciarse de otros periódicos”.

Estefanía Pomajambo:

“A mí lo que me indigna por su menor contenido ético es ésta <<A menos minería, menor crecimiento>> y luego dice en el titular <<Perdimos US\$67,203 millones>>, es decir me parece una gran manipulación de la opinión pública, y es cierto que a la mayoría no le interesa la historia, pero la minería también viene haciendo daño a un montón de gente, gente que por tener menos recursos y menos poder político no son escuchados y no son repetidos sus mensajes, por tanto ‘Perú21’, como parte del grupo <<El Comercio>>, refuerza que lo que lo mejor puede tener el Perú, es la minería”.

GRUPO DE ESTUDIANTES

Christian Roy Chávez Gil:

“Yo creo que esta noticia, <<Uña y mugre>> hasta que se nota que es <<una cortina de humo>>, porque en el subtitular te dicen <<Fujimori y Montesinos armaron un show >> pero no dice nada más; y no es lo mismo decir <<intercambiaron guiños, sonrisas>> a que <<un psicólogo examinó sus gestos, miradas, sonrisas...>> y todavía a esta noticia que no tienen ningún sentido, le dan toda la portada; entonces esta noticia está hecha por decisión y por pago (cortina de humo).

Andrea Romina Petit Baltazar:

“A mí me parece <<Qué buena teta>>, tiene una mala utilización del lenguaje, es decir si bien el titular es llamativo y tiene parte de lo que dice la película, ¿por qué ponerlo de una manera vulgar? y todavía lo ponen al lado de una <<chica semi-desnuda>>”.

Christian Roy Chávez Gil:

“Es decir, es como si lo hubiesen puesto a propósito, el titular al costado del calendario de esta chica. Es como te dicen <<Le hemos dado importancia a la noticia como tal pero también queremos que mires lo otro y compres el calendario>>”.

Julio Quispe Hermoza:

“Yo creo que <<Mintió>>, ya que le quitan la seriedad, es decir como que desmerecen un poco la seriedad de la noticia y sobre todo, te ponen <<Mintió>> para que compren la noticia”.

CONCLUSIONES: En este punto, la mayoría opinó que <<Mintió>> es la portada con menor contenido ético por parte del objeto descrito, es decir del personaje. Indirectamente también se recalcó las otras portadas en cuanto a la utilización del manejo de imagen, como en <<Mintió>>, <<Sigue mudo>>, <<Uña y mugre>> ya que si bien es cierto pueden tener carencia de ética también son tendenciosos por parte del medio. En ese sentido, se analizó a su vez, el enfoque propiamente dicho del medio y sale elegida una portada de índole económica, <<US\$ Perdimos 67,203 millones>> ya que sólo se demuestra la parte más

capitalista de la información y deja de lado la parte social de la otra cara de la moneda, lo que el medio no quiere informar.

En esta pregunta, se desea analizar la forma del humor como mensaje e indagar sobre la cualidad de la misma, ya que por la estructura del discurso puede que sea un valor agregado o puede que sea una forma de <<adormecimiento>> para la opinión pública. De esta manera, se analizará la creatividad y objetividad de la noticia y al mismo tiempo, la superficialidad de la misma. Por tanto, la siguiente pregunta es:

6.- ¿Qué noticia le causa más jocosidad y qué justificación podría encontrar en la razón de su uso?

GRUPO EXPERTO

Gabriel Loza

“<< ¡Qué buena teta!>>, por ser un titular provocativo e interesante. (En vista de que la película se llamaba <<La teta asustada>>”

Mercedes Sarapura:

“Para mí esta, en la que aprovecharon que el Presidente estaba pateando una pelota, y pusieron el titular <<Patea la grati>>”.

Juan San Martín:

“Podría ser ésta, <<Mintió>> porque es muy raro ver que a un funcionaria pública le ponga la nariz como pinocho, esto es un atrevimiento”.

Guisella Ravina:

“Yo diría también la portada <<Uña y mugre>> dado que al margen del titular, y conociendo la imagen del contexto, uno se puede preguntar, ¿quién es la mugre?, pues los dos”.

GRUPO DE ESTUDIANTES

Christian Roy Chávez Gil:

“Para mí ésta, <<Mintió>> porque que juegan con las expresiones y la gente va tender a pensar que me hacen reír, pues aparte del hecho que va informar, la información puede ser amena, graciosa”.

Julio Quispe Hermoza:

“Yo recuerdo mucho a una portada donde Nadine Heredia de ‘Perú21’ salía con un fantasma negro que decía que le perseguían varias cosas y recuerdo que mi mamá lo compró, y me acuerdo que lo leí pero me pareció más de lo mismo. Sin duda el humor te atrae y le incitan a las personas a que lo compren, y esta es la forma como ‘Perú21’ juega pero en su contenido no te dice nada”.

CONCLUSIONES: *El grupo experto* evalúa más la creatividad y la forma de discurso en conjunción con la objetividad del mensaje, *el grupo de estudiantes* observa que más allá del discurso, yace la noticia que no se quiere contar, por tanto no evalúan tanto la creatividad en función a la calidad informativa sino la intención en función a la calidad informativa.

La siguiente pregunta obedece a una forma de establecer una autocrítica en la sociedad y también a evaluar el nivel de lectura discursiva. No obstante, más allá de la autocrítica, intentamos descubrir el uso de la memoria semántica en cuanto al elemento del humor, es decir si somos más capaces de recordar más rápido una noticia debido a este elemento o no y averiguar también, por qué el humor está impregnado en la sociedad peruana. En ese sentido, la pregunta es:

7.- ¿Por qué cree que la política y el humor pueden funcionar bien en una portada?

GRUPO EXPERTO

Estefanía Pomajanbo:

“Yo creo que más la política y la ironía, sí el sarcasmo, y en ese sentido ya no recuerdo los

titulares de Perú21 sino muchas veces los titulares de Hildebrandt, que como salen una vez más a la semana se es más fácil de recordar, no te lo pasas de largo todos los días; entonces la política y la ironía hacen uso de la polisemia para hacer el juego y además el hecho de que en el Perú usemos mucha jerga y muchas formas de habla informal”.

Gabriel Loza

“Claro por ejemplo en este caso de <<Mintió>> usan mucho la imagen, en este caso se nota como le alargan la nariz; otro ejemplo es la portada de <<Patea la ‘grati’>> porque observamos como utilizan al personaje bajo una imagen que le otorga <<dinamismo>> y se vuelve un poco más ameno, y no es tan parametrado”.

Estefanía Pomabanco:

“También porque el cerebro funciona o aprende más cuando hay movimiento, por ejemplo lo que yo recuerdo de la película de <<Pinocho>>, es que mientras el muñeco va mintiendo, al mismo tiempo se le va alargando la <<nariz>>; entonces al ver a esta mujer en esta portada, por lo menos a mí me hace recordar ese movimiento, la cual estará en foto pero en mi mente está con ese movimiento”.

Guisella Ravina

“Claro ahí también se ve el nivel, porque no es lo mismo el sarcasmo que la burla, y acá hay muchos titulares que apelan al sarcasmo y que sí me parece válido porque ayuda a la salud mental del escritor”.

Gabriel Loza

“Además, yo leí un artículo que a través del humor una persona memoriza más datos, y creo que también a través del drama; es decir, si una persona evoca un momento sumamente cómico lo vas a vivir como si fuera ayer, entonces combinar estas cosas ayuda bastante a recordar los mensajes”

GRUPO DE ESTUDIANTES

Julio Quispe Hermoza

“La verdad es que la política peruana da tanta vergüenza, da tanta pena que hace reír, y de por sí la política peruana es muy cuestionable, es inclusive mucho de ellos son payasos- y la palabra ‘payasos’ le que quedan muy grande- y por tanto en el Perú se combinan el humor con la política porque son más de lo mismo”.

Grecia Briceño Rosario:

“Quizá el momento en que el humor y la política se unieron mucho más en el contexto, quizás se deba al bajo nivel cultural”.

Julio Quispe Hermoza:

“Esto se acentuó más desde que Fujimori y Montesinos fundaron los diarios <<amarillistas>> o <<chichas>>”.

Christian Roy Chávez Gil:

“Yo creo, que en este caso, el humor y la política, si bien es cierto lo hacen para que se vea más ameno, también creo que se realiza para acostumbrar a la población para que la gente se ría, como que esto es inherente al peruano y ya no se indigne, entonces se diga <<este es mi congresista>>. Es como el caso de Castañeda, con la frase graciosa <<roba pero hace obras>> y en vez de que eso sea una campaña con efecto contrario, salió ganando; es decir el humor en la política tiene un efecto adormecedor en la población puesto que un hecho de corrupción lo toman más como un hecho gracioso”.

CONCLUSIONES: Para *el grupo experto*, el humor es un valor agregado e interesante en el discurso debido a los efectos psicológicos en el lector porque aluden a la memoria semántica en cuanto a la velocidad cognitiva del lector; sin embargo *para el grupo de estudiantes* ese elemento significa también una forma de mermar la capacidad de indignación de la gente sobre hechos que debería ser indignantes para la población.

En este tipo de pregunta, se espera tener una observación también crítica de la política

peruana en cuanto a la utilización de los personajes que forman parte de la idiosincrasia del país, si la utilización de sus actuaciones denota una forma de <<cortina de humor>> en el escenario noticioso frente a lo que realmente debería importar y ser noticia.

8.- ¿Cuál de los personajes políticos o artísticos son siempre el foco de atención en la prensa y a qué se debe?

GRUPO EXPERTO

Juan San Martín:

“Yo creo que a los políticos porque a ellos se les puede sacar muchas cosas, que son mentirosos, corruptos, que engañen, es decir tienen más cosas negativas que positivas y eso es lo que causa más recuerdo en la gente.”

Gabriel Loza:

“Yo creo que más que un personaje político es en sí la política misma, ya que los personajes políticos o artistas se presentan como función mediática. En su momento estuvo Vladimiro Montesino con todo los de ‘Vladi-videos’, ahora está Nadine Heredia que está de moda con los casos de corrupción ya que son función mediática”.

Guisella Ravina

“Lo que puedo notar en el periodismo en general es que se ha farandularizado, en los programas meramente periodísticos, los artistas-que no llegan a la categoría de artistas-se van a los medios ‘serios’ para que se les tomen en cuenta y creo que estamos peor que en la época de Montesinos, porque antes prostituyeron a los medios de comunicación vendiendo sus líneas editoriales, pero ahora los gobiernos de Toledo, de Alán, tendrán una salita del Sin para pagar a estos casos de farándula, de ‘reality’ porque son cortinas de ‘humor’ permanente”.

Gabriel Loza:

“Yo creo que los programas de farándula son atemporales y no tanto mediáticos, sólo que los espectáculos tienen rating. Por tanto, yo creo que la farándula es pasajera pero lo que

siempre se van a recordar serán los escándalos políticos, con lo cual el eje central de todo periódico siempre van ser la política”.

GRUPO DE ESTUDIANTES

Christian Roy Chávez Gil:

“Cualquier persona que aparezca en la Tv, entonces según la prensa es digno de aparecer en la Tv., es decir siempre toman en cuenta a las personas que fácilmente son famosas por algo”

Julio Quispe Hermoza

“El blanco va ser siempre el gobierno de turno como ya lo he dicho, y en este caso hubo un buen tiempo en el cual se habló de Martine Belaúnde Lossio, Nadine Heredia, Humala y en este caso siempre está Mulder, Marisol Pérez Tello, los que más van a jalar audiencia// Además no hay una farándula artística porque no hay artistas en la farándula, y no me parece que se dé mucha importancia al tema de espectáculos, en ese sentido la política peruana es muy importante para aprender a votar con conciencia// Debo agregar que el ‘Apra ‘es el mejor amigo del Comercio por así decirlo, y es por eso que no lo vemos tanto en estos diarios como ‘Perú21’, ahora que recién están saliendo los artículosde <<los narco-indultos>> (que tiene que ver con el APRA) quién sabe por qué”

CONCLUSIONES: Según las respuestas, del **grupo experto** así como del **grupo de estudiantes** manifiestan que la política va estar siempre por encima de la farándula o del espectáculo, dado que lo primero es más mediático y el segundo pasajero. Por otro lado, el grupo experto subraya que hay una suerte de <<espectacularidad>> en la política peruana y de ahí que ciertos personajes son constantes focos de atención, situación que disminuye reconocer la política de la <<politiquería>>. El **grupo de estudiantes** afirma que no hay farándula en el contexto peruano porque no hay artistas que se deban considerar como tal. En relación a la próxima pregunta, se intenta indagar sobre la real percepción del lector en función a la estructura del discurso y al mismo tiempo en función a su capacidad de análisis de la noticia en su contexto: forma vs fondo noticioso. En este sentido, se pretende descubrir si hay una <<pasión escópica>> en el momento de la lectura de la portada

noticiosa.

9.- ¿Encuentra satisfacción al leer este tipo de portadas noticiosas, le parece gracioso, interesante, le llama la atención, le motiva para seguir leyendo el artículo entero?

GRUPO EXPERTO

Gabriel Loza

A mi parecer la portada, “<<Mintió>> porque tengo al personaje con la nariz y quiero saber por qué tiene la nariz de pinocho.

Mercedes Sarapura

“A mí la portada de <<Álvarez Rodrich deja ‘Perú21’>> porque me parece que de todos los titulares es el titular más estático, además porque hay un fondo rojo, negro, y las imágenes no son trabajadas y además porque pasa por un tema de periodistas como que ellos mismos son los protagonistas de la noticia”.

Juan San Martín:

“En mi caso, <<Sin autocrítica>> porque en el último mensaje del Presidente en 28 de julio fue alguien que obvió muchas cosas, como que está viviendo en <<el País de las maravillas>> y no es así, entonces un tipo que no tiene crítica como el Presidente Humala, yo quisiera leer por qué, entonces tal vez la línea editorial del periódico puede descubrir alguna cosa que el Presidente no haya querido hablar”.

GRUPO DE ESTUDIANTES

Julio Quispe Hermoza

“En lo personal no y creo que en el caso de mis compañeros tampoco. El motivo es porque nosotros sabemos de los acontecimientos pero las personas ajenas no. Es decir a muchas personas le parecen genial las portadas del diario ‘Perú21’ y es verdad, hay decir que este diario tiene una forma gráfica impresionante de llamar la atención y las personas compran el diario por eso”.

CONCLUSIONES: *El grupo experto* sí presenta pasión escópica por las portadas, <<Mintió>>, <<Álvarez Rodrich deja Perú21>> y <<Sin autocrítica>> y lo argumentan, en el caso de la primera portada, por la forma; pero las dos últimas portadas tienen que ver más con el fondo noticioso y en ese sentido, se puede observar que su construcción discursiva es más seria que la primera, que contiene <<la nariz de Pinocho>>. En cuanto al *grupo de estudiantes*, todos ellos se muestran reticentes a un interés de pasión escópica puesto que existe anticuerpos ideológicos al diario, a pesar que hay una variable de <<gráfica impresionante>>, sin embargo eso no les genera ninguna cualidad más que una mera impresión.

Lo que se busca con esta pregunta es intentar reconocer las variables constantes en el discurso de la noticia, simbologías, formas propias de comunicación del medio a través de los actantes de sus portadas. En ese sentido, se pretende también tener una visión acerca de la prensa en general, de su discurso referente a la política como primer punto y luego en los demás temas.

10.- ¿Cree que este tipo de noticias con estos mismos personajes seguirán causando noticia? ¿Cómo cree que pueda ser enfocado los personajes más resaltantes de la vida política, social y artística del país en un futuro próximo, independientemente de sus actos buenos o malos? ¿Cree que el medio los utiliza?

Estefanía Pomajambo: *Yo creo que la mayoría, siguen siendo parte de las portadas y de los medios y también los temas, por ejemplo con respecto a la minería y si no es la minería, es todo con respecto a la explotación de recursos. Lo que también me causa curiosidad, por decirlo de alguna manera, es el tema de Álvarez Rodrich, porque él no es un político, él no es un tema, pero él es de alguna manera una persona con mucha capacidad de influencia en los medios de comunicación, tanto así que cambia toda una forma de trabajo cuando se ha salido del canal 9, e implementó una nueva forma de trabajo cuando entró al canal 2, y pues cuando ha salido de 'Perú21' le han dedicado una gran portada, su nombre es el que está más grande, inclusive más que otros columnistas que están mencionados.*

GRUPO DE ESTUDIANTES

Christian Roy Chávez Gil:

“En parte es como un sistema simbiótico, cada uno yo creo que un futuro puede evolucionar para bien o para mal, puede que se dé un cambio radical o puede que pase todo lo contrario”.

Grecia Briceño Rosario:

“Personalmente yo creo que se van a mantener, por ejemplo Fujimori, creo que todo medio de comunicación va a mantener en pie a los personajes que ellos consideren que sean más llamativos para el público”

Julio Quispe Hermoza

“Alan García y Fujimori son personajes claves en la política peruana pero Ollanta Humala va ser recordado como el ex Presidente que durante sus cinco años no hizo nada, por tanto ya está sepultado”

Andrea Romina Petit Blatazar:

“En ese sentido está más afincada Nadine Heredia en la política”.

Christian Roy Chávez Gil:

“Creo que más que personajes políticos es el congreso en sí, y en cuanto a personajes de la farándula, Susy Díaz y Monique Pardo son íconos del espectáculo en el país”.

CONCLUSIONES: Para *el grupo experto* y *el grupo de estudiantes*, el medio utiliza a los políticos en función a los temas políticos. Por tanto, los políticos que estarán en portada serán los que han generado titulares de siempre, ya sean negativos o malos, tal es el caso, de Castañeda Lossio, como en <<Sigue mudo>>, el caso de Fujimori, <<Condenado>>, sobre todo de este último personaje que forma parte de la referencia política peruana, para bien o para mal. En este sentido se recalcó la diferencia entre un político y un politiquero si generan noticia con escándalo o sin escándalo. Y en ese sentido, con respecto a una noticia de escándalo político, nadie recuerda a la Contralora <<Pinocha>>. En el caso de los

artistas, se busca siempre un nuevo escándalo para seguir generando titulares, salvo que los que contraten asesores de imagen.

CONCLUSIONES GENERALES DEL GRUPO DE DISCUSIÓN:

Tanto en *el grupo experto como el grupo de estudiantes* también les gusta leer las <<noticias pequeñas>>. En *el grupo experto*, se interesaron por la nota pequeña de <<La marcha por la vida>>, la que aparece junto a la portada de <<US\$ Perdimos 67,203 millones>>, por tanto criticaron sobre la manipulación de la información en vista de que no lo consideraban como un hecho más importante; en cuanto *al grupo de estudiantes*, relacionaron el titular de la portada <<Qué buena teta>> con la modelo de entretenimiento que aparece al costado, por tanto la vinculan debido a las composiciones de lenguaje, la estructura icónica que se parece a la estructura lingüística, aunque la imagen de la chica del calendario no esté dentro del marco de la noticia principal.

Dentro *del grupo experto*, se encontraron diferencias y similitudes en relación a la calidad informativa del diario, una parte opinaba que el diario no era el líder periodístico en vista del manejo de información tendenciosa en algunos casos, con titulares provocativos pero que preferían informarse mejor con otros diarios como 'La República'. En este sentido, esa parte que discrepaba dentro de ese equipo coincidió con *el grupo de estudiantes* quienes al unísono y bajo una crítica afilada no consideraban al diario Perú21 como un diario importante sino como un referente, marcado por una estrecha vinculación con 'El Comercio', de tendencia de derechas, sin ninguna preocupación por los aspectos sociales, con noticiosas que prácticamente son repetitivas extraídas del diario de la casa matriz. En ese sentido preferían al diario de *Hildebrandt*.

Hay que agregar que *El grupo de estudiantes* hizo un importante aporte en cuanto a su opinión sobre la utilización del humor en la política peruana e indicaron que ese binomio era de alguna forma peligroso porque tenía en efecto disfrazado de amenidad y jocosidad dado que su real motivo era adormecer la capacidad de indignación de la gente frente a hechos de corrupción.

En cuanto a la noticia que más indignaba por su menor contenido ético, la otra portada la cual otorgaba más conformidad según los resultados, el grupo experto y no de estudiantes, entraron de nuevo en confrontación. Es el caso de <<Perdimos US\$ 67,203 millones>>, ya que dentro del *grupo de expertos* opinaban que bajo ese efecto, no se ve el otro lado de la otra noticia y que por tanto no se escucha la población que no quiere la minería y que este podría ser un hecho no tan alarmante. Por el lado contrario, esta misma portada causa otro efecto, es decir de conformidad dentro *del grupo de estudiantes* dado que es una noticia que a pesar de ser triste, es una noticia que se asemeja más a la realidad, Tanto *el grupo experto como el grupo de estudiantes* están de acuerdo que ahora <<la noticia se ha vuelto un negocio>> y de que la calidad de lenguaje gráfico de sus portadas indican esa meta comercial. De ahí que el *grupo de estudiantes* critique <<el engaño>> al momento de leer los artículos.

Otra discrepancia importante, es que frente a los hechos de opinión que *el grupo de estudiantes* realizó, el cual es un público joven, se deduce que ellos no son el público objetivo que se pensaba al cual el diario 'Perú21' estaría dirigido. Entonces, se hace el siguiente análisis, que sólo los jóvenes con capacidad reflexiva sí leen a 'Perú21', ya sea por entretenimiento o por leer las columnas de opinión- característica que se dijo dentro del *grupo experto*- pero aun así, eso no significa que sean considerados como un diario líder o de necesaria referencia. Entonces se crea el binomio contrario de una moneda, en cuestiones de lenguaje icónico y estructura gráfica sí son líderes pero en cuanto a la información analítica dentro del artículo no mantienen la misma correspondencia cualitativa. En ese sentido, el diario 'Perú21' es considerado como un diario más, de referencia pero no de vital importancia.

Sin embargo, se recalca que sí marca tendencia en el aspecto gráfico. Precisamente, debido a esa vanguardia de periodismo visual que han optado, es que la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), le ha otorgado el primer puesto- junto con el diario 'Qué hubo' de Colombia- en el 'II Concurso de Portadas de Impacto', con la portada <<A 100 días de la gestión>>, la misma que trata sobre los 100 días del alcalde de Lima, nuevamente elegido,

Luis Castañeda Lossio, al mando de la Municipalidad de Lima.

En ese punto, en vista que el actante principal de la portada ganadora es el mismo actante de la portada <<Sigue mudo>> (2008), Luis Castañeda Lossio, se puede señalar entonces que las noticias casi no cambian. En este sentido, tanto el *grupo experto y grupo de estudiantes*, indicaron que el leer los enunciados informativos de la noticia de hace siete años les produjo mucha indignación porque les parecía una noticia de actualidad dado que sigue siendo alcalde y <<sigue con la actitud de mudez frente a los mismos problemas>>. Por consiguiente, se refuerza el lado más negativo de que las noticias de alguna manera también son reciclables. (*feedback* entre la memoria episódica y memoria semántica).

Ambos *equipos de expertos y de estudiantes* coincidieron en el hecho de que las portadas con menor contenido ético, ya sea por parte del objeto descrito o del enfoque del medio, le resta seriedad a la noticia cuando se tratan demasiado las imágenes.

Por tanto, en conclusiones generales, la información es un negocio, la información es poder y es por eso que existen monopolios; como consecuencia la diversidad informativa está en peligro. No obstante, parte de esa diversidad también la constituye 'Perú21' al marcar diferencias mediante el manejo gráfico de las portadas.

VII.- CONCLUSIONES

1.- CONCLUSIONES ESPECÍFICAS

1.1- CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS EPISÓDICOS EN LOS DISTINTOS TIPOS DE PORTADAS

En la mayoría de las portadas analizadas se observan elementos episódicos muy marcados, el cual hace que la noticia sea rápidamente contextualizada debido a la presentación de superestructuras informativas que connotan el concepto de <<peruanidad>>. En otros casos, esa característica será disminuida en función a diversos factores que pueden ser ideológicos, de los cuales se pueden extraer el grado tendencioso del enunciador en la relación a los acontecimientos establecidos y los componentes político-sociales afectados.

En este sentido, como se ha observado de acuerdo al discurso de las portadas que pertenecen a los encuadres de <<Atribución de responsabilidad>>,<<Interés Humano>>, <<Conflicto>>, <<Consecuencias Económicas>>y<<Moral>>, existen también sub-encuadres que se relacionan entre sí, característica que resalta la complejidad de una noticia y de cuyo proceso en el entendimiento, hacen que los modelos episódicos sean más evidentes.

Por consiguiente, recalcamos que estos cinco encuadres constituyen modelos episódicos noticiosos que se basan en metáforas contextuales debido al uso de frases populares, símbolos o entornos y personajes mediáticos. En algunas plataformas discursivas las jergas establecidas como metáforas o metonimias están en forma de titulares verbo-visuales, entre ellos tenemos a las carátulas informativas que pertenecen al primer encuadre: <<Fuera los coimeros>>, <<A 100 por cabeza>>, <<Patea la 'grati'>>, éste último contiene doble significación dado que aquí se observa al Presidente Humala pateando una pelota. Por tanto, dentro de este grupo de 'personajes' que simbolizan <<peruanidad>>, ya sea por el

rol semántico que tiene o que tuvo, se encuentra también la portada, ‘Condenado’, en cuyo actante principal es el ex Presidente Fujimori sentenciado por la justicia peruana debido a cargos de corrupción. Volviendo al uso de frases cognitivas, en la portada <<Sólo cobran>>, existe la palabra técnica ‘*el Baguazo*’, en la cual actúa como modelo episódico cognitivo.

En relación a los temas del segundo encuadre, en el caso de << ¡Qué buena teta!>>, esta información presenta como sub-encuadres a los marcos de <<*moral*>> y de <<conflicto>>. En este sentido, lo que se quiere demostrar es que los modelos episódicos en que desarrolla la temática es muy parecido a un trasfondo noticioso referente a lo moral o conflictivo. Por tanto el título es un tipo de metáfora contextual dado que se basa en la película peruana, ganadora en el festival de la Berlinale, <<La teta asustada>>. Por consiguiente, los elementos discursivos son más que todo de alegría y humor pero con un trasfondo de modelo episódico cuyo referente es una película que narra hechos violentos y de dolor acontecidos durante la guerra interna en el país, entre los militares, los terrorista y las mujeres campesinas. En la siguiente carátula informativa <<Alma, corazón y *Kina*>>, tenemos una estructura más simple de modelo episódico porque narra el hecho ocurrido, el de una boxeadora peruana que lucha con toda su alma y corazón, tal y como lo dice la canción criolla peruana, <<Alma, corazón y vida>>, por tanto más allá de la evidente metáfora de fusión conceptual, también se remite a ciertas formas de ensalzar más esta noticia en donde la simbología está en primer plano en este tipo de concursos. Por tanto, en este caso, en donde también hay elementos discursivos de triunfo, los modelos episódicos se presentan a través de una simbología que tienen un poco de más peso cognitivo en el reconocimiento del modelo como es el de la bandera peruana; más allá también del rol de la actante, Kina Malpartida, que ya había sido campeona en su categoría, *superpluma*. Por consiguiente, la dos portadas que pertenecen al encuadre de interés humano comparten el sub-encuadre de moral, ambos ejemplos comparten plataformas de triunfo, así como en el rol de los actantes, la cineasta Claudia Llosa y Kina Malpartida; con la única diferencia que en la portada referente a la película, existe un trasfondo noticioso más interno, de guerra y por tanto de conflicto y ahí es donde representa la actante personificada en ‘Fausta’, a través de Magaly Solier.

Debido a la naturaleza de esta portada, en donde hay sub-encuadres de moral y de conflicto, es que también se puede comparar con otras noticias de este tipo de encuadre, en donde, de acuerdo al trasfondo de la noticia, hay un reclamo por el reconocimiento de la gente que ha vivido esa clase de experiencias, además que a nivel político y social, estos discursos también generan conflictos entre el gobierno y los lugareños.

En este sentido y en relación al encuadre de <<**Conflicto**>>, los discursos siempre contendrán dos o más actantes en cuyos roles semánticos se enfrentarán debido a la incongruencia de sus ideologías. En ocasiones, el otro actante remitirá a otra sub-plataforma cognitiva que conllevará a un mejor entendimiento de la noticia en general, tal es el caso del titular <<Álvarez Rodrich deja ‘Perú21’>>. En este tipo de informaciones se muestra como el enunciador puede ser también otro actante más en el discurso dado que el propio director Augusto Álvarez Rodrich se va del diario por no comulgar con la política del diario, sin embargo al parecer, el otro actante, el partido de la ‘estrella’, el APRA, habría tenido que ver en esa “decisión” en la gerencia de ‘Perú21’. Además de esos actantes, subyacen los demás roles semánticos secundarios los cuales le otorgan una perspectiva discursiva más compleja e interesante, de ahí que la noticia en sí es una analogía de protesta, la cual parte del mismo medio.

Esta forma de organización discursiva no se observa en las demás portadas de este encuadre, debido a que las demás informaciones contienen elementos más simples y por ende las estructuras cognitivas son menos complejas, sin embargo éstas se valen del trasfondo mediático de la noticia, por ejemplo <<Fin al Monopolio>>, en donde se entiende que la metáfora contextual es trabajada desde una forma *studium* fotográfico en conjunción con el bloque lingüístico que revela el resumen noticioso, el cual se entiende que es un tema también mediático.

No obstante, ese mismo tema, dos meses después tiene otro enfoque debido a la aparición de otro actante importante en la elaboración del discurso conflictivo pero que también

contiene sub-encuadres de atribución de responsabilidad y de moral, por tanto el tipo de enfoque es más lexicalizado porque se basa en una crítica por no salir a la palestra y no opinar sobre el tema en el que él está inmerso de manera directa. Por tanto, la imagen de la portada grafica lo que dice su imagen, <<Sigue mudo>>, entonces, en esta noticia, el modelo episódico radica en el titular y en la imagen más allá del fondo de noticioso. Observado desde este último punto, parte de esa característica lo contiene la portada de <<Videíto manda>>, ya que se contextualiza la noticia rápidamente a través de ese titular en conjunción con uno de los personajes implicados de manera indirecta con el mensaje más importante, de quién tiene la responsabilidad en los crímenes de violación de los derechos humanos. Por tanto, se muestra el lado preocupado de uno de los actantes y se titula con una frase, la cual tiene su origen en la frase popular peruana, <<Papelito manda>>, que alude a la burocracia en la administración nacional.

A diferencia de estos últimos ejemplos, en la portada <<Es la jefa>>, los modelos episódicos vuelven al formato estructura simples superpuestas y se apoyan en el trasfondo noticioso. No obstante, más allá de no presentar elementos cognitivos que llamen la atención como en las demás informaciones, el sólo hecho de colocar ese tipo de título con la imagen de la primera dama, <<Nadine Heredia>>, revela una forma de crítica no sólo hacia su rol semántico como esposa del Presidente, sino también se le critica al jefe de estado. Por tanto, aquí se producen perspectivas socio-culturales como parte de un formalismo y un protocolo a nivel de gobierno y el hecho de no llevarse a cabo como tal, surgen ciertas discrepancias a nivel interno que ocasionan una suerte <<rumor político>>, por tanto hay una metáfora contextual dentro de todo ese entramado socio-cognitivo como parte de la cultura de un gobierno, más allá de la gravedad de la intromisión de la primera dama en el manejo interno de Palacio de gobierno del Perú, además de la simbología de su rol y de su entorno.

En relación a las portadas de <<Consecuencias económicas>>, todas esta clase de informaciones tienen elementos constantes discursivos que oscilan entre dinero, inversión, ganancia y pérdida de la manera más literal, tal es el caso de la portada con mayor

contenido de modelo episódico en este apartado, <<Perdimos US\$ 67,203 millones>>, del cual se contextualiza mejor a través de la frase condicional, <<A menos minería, menor crecimiento>>, dado que el Perú es conocido, en términos económicos e industriales como un país minero. En relación a las demás portadas como <<Dólar se cae>> y <<Negocio redondo>>, los modelos episódicos no emergen de manera literal pero sí hay elementos que son la base en la construcción de tales estructuras como, en el caso de <<Dólar se cae>>, donde hay dos contextos, la situación económica y como a veces estos contextos están condicionados por la situación política social de un país.

Por otro lado, la portada <<Negocio Redondo>> que pertenece a este último encuadre, así como la portada <<Gabriel García Márquez (1927-2014)>> que pertenece a <<**Interés Humano**>>, no contienen modelos episódicos propiamente dicho ya que sus temas refieren a otros contextos, sin embargo, la connotación de tales temas son tan cercanos como propios, como el deporte del fútbol en la que a todos le interesa saber sobre sus equipos preferidos en el Mundial; así como por la figura de quien en vida fue el literato que creó la técnica narrativa del *realismo mágico* a través de su obra más emblemática, '100 años de Soledad', en este sentido tales temas se transforman en episódicos por la trascendencia de el hecho o del personaje.

En cuanto a las portadas de <<**Moral**>>, las plataformas socio-semióticas son de alguna manera más atrevidas, un poco más violentas y por tanto, con elementos cargados no sólo de ironía sino de <<burla>>. Por tanto, en las primeras portadas analizadas, <<Uña y mugre>>, <<Mintió>>, <<No acabó el colegio>> y <<En Aprietos>> se presentan formas discursivas con alto grado de lexicalización, los cuales tienden a la exageración pero que el enunciador se toma esa licencia discursiva dado que el eje por el cual se les critica se basa en la mentira. Esta situación es una forma también de reconocer un referente contextual en la política peruana debido al elevado índice de corrupción. En cuanto a las portadas de <<Todo listo>> y <<Sin autocrítica>>, los modelos episódicos cognitivos se presentan más simples tanto por el trasfondo noticioso como por la presentación, son entonces portadas sobrias con mensajes unidireccionales pero conlleva a crítica más seria. En este sentido, la lexicalización en cuanto a la acción del enunciador vuelve hacer evidente, al igual que en

<<Álvarez Rodrich deja ‘Perú21’>>.

1.2.- CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS SEMÁNTICOS EN LOS DISTINTOS TIPOS DE PORTADAS

En relación a la forma del discurso y distribución de la noticia, los modelos semánticos son muy importantes porque son la base de las superestructuras discursivas, a partir de ahí es que se establecen las plataformas semánticas que le darán sentido al discurso noticioso a nivel cognitivo. Entonces en tal sentido, los modelos episódicos forman parte de ese modelo semántico, en donde las memorias a corto y largo plazo funcionan como decodificadores directos de tales patrones y a su vez, son los encargados de reconocer la noticia mediante una frase o palabra clave, lo que se conoce como velocidad cognitiva, el resultado es que se produce la retroalimentación en la comunicación entre estos dos tipos de modelos donde yacen valores, actitudes, ideologías, pertenencia, roles semánticos, nociones de perspectiva. Por consiguiente, es necesario subrayar que tales elementos discursivos contribuyen a la construcción de un mejor entendimiento de la noticia.

En este sentido, la mayoría de portadas poseen modelos semánticos específicos y evidentes pero también es necesario señalar que las perspectivas varían de acuerdo al encuadre de la noticia y por tanto también lexicalización de la misma. Por consiguiente, todas las portadas de <<**Atribución de responsabilidad**>>, presentan estos tipos de prototipos de significado general, en donde se trasluce de manera inmediata el enfoque que el enunciador le otorga. Por ejemplo en <<Condenado>>, se impone el contexto al actante y se metaforiza el discurso la cual se entiende como <<Se hizo justicia>>. En cambio en la portada, <<Sólo cobran>> no sucede lo mismo, y en base a ello es que se critica de la manera más literal a través de ese círculo en color rojo, el cual es un índice, símbolo y metáfora, y que en conjunción con el titular verbo-visual, -como parte de esa característica de modelo episódico-, <<Sólo cobran>>, a que se entienda que es una noticia que trata sobre tema de corrupción.

En este sentido, <<Fuera los coimeros>>, que por el tratamiento semántico se entiende que también trata de temas de corrupción, es que también se critica, a través de una forma más

espontánea, apelando al mismo tiempo al elemento irónico y por el ende al humor, como parte precisamente de la característica de la estructura del discurso. No obstante, es necesario reconocer también tales significados para comprender lo que el enunciador ofrece para que se produzca una adecuada retroalimentación.

En cuanto a las portadas de <<A 100 por cabeza>> y <<Patea la 'grati'>> contienen modelos semánticos basados en una metáfora de fusión conceptual, la cual de forma creativa trasmite de manera más eficaz el mensaje. Sin embargo, es importante señalar que el lector debe reconocer las frases o jergas dentro de la decodificación cognitiva de la memoria episódica para un mejor entendimiento de la noticia.

En relación a las portadas del encuadre <<**Interés humano**>>, <<Que buena teta>>, a pesar de su carácter internacional, es una noticia con elementos más episódicos por el trasfondo de la misma. Sin embargo, el sólo hecho de mencionar el <<Festival de la *Berlinale*>>, contiene un modelo semántico influyente para averiguar más del contexto del tipo de película << ¡Qué buena teta!>>. En las noticias referentes a <<Alma, corazón y *Kina*>>, la cual también es un modelo semántico porque contiene metáfora de fusión conceptual, con un alto contenido de peruanidad, la misma que la hace ser reconocida como una noticia que pertenece al contexto peruano y por tanto tiene una función semántica en el proceso que no sólo concierne a la metáfora de fusión sino que el actante del discurso, la campeona mundial de boxeo, en la categoría *súperpluma*, Kina Malpartida, y el símbolo de la bandera peruana, juegan también papeles cognitivos importantes en el momento de la retroalimentación.

La siguiente portada que pertenece a este encuadre, es <<Gabriel García Márquez (1927-2014)>>, una portada diferente a las demás debido no sólo al contexto temático sino a lo que significa una noticia de esa naturaleza, la pérdida de uno de los literatos hispanoamericanos considerados más geniales, carismáticos y también influyentes. Por tanto, en este tipo de informaciones lo que trasciende es el personaje en relación al hecho ocurrido y por consiguiente representa un modelo semántico en sí mismo.

En relación a las portadas de los encuadres de <<Conflicto>>y <<Moral>>, éstas comparten y de manera mucho más lexicalizada y por tanto, más tendenciosa, los mismos elementos discursivos semánticos de <<Atribución de responsabilidad>>. Por consiguiente, las formas en las que se presentan las noticias referidas conllevan a una lectura fácil debido a la construcción semántica para el entendimiento de la velocidad cognitiva. Por ejemplo, <<Videíto manda>> del encuadre de <<Conflicto>> con <<Uña y mugre>> de<<Moral>>establecen modelos semánticos parecidos y esto se debe por que en ambos se critica, pero sobre todo porque el tema de la primera información se relaciona intrínsecamente con la segunda, dentro de los cuales comparten uno de los actantes referidos, <<Alberto Fujimori>>. Por tanto, los titulares verbo-visuales, en el caso de <<Videíto manda>> tiene de alguna manera connotación también semántica, pero <<Uña y mugre>> por el significado universal de la expresión, traspasa las inter-fases cognitivas y es un referente metafórico más general.

En cuanto a las demás portadas, <<Sigue mudo>> del encuadre de <<Conflicto>>, así como <<Mintió>> y <<No acabó el colegio>> de <<Moral>>, éstas también comparten modelos semánticos en las cuales se <<grafican>> lo que quiere decir el enunciador, es decir se construyen estructuras icónicas que actúen como si fueran metáforas espejos, es decir lo más analógico posible al titular, por ende también una forma más fácil de producir velocidad cognitiva. Tenemos entonces a <<Sigue mudo>> con la imagen del Alcalde Luis Castañeda Lossio sin la boca, imagen que se entiende también como <<No quiere hablar>>; <<Mintió>> con la imagen de perfil de la contralora, Ingrid Suárez y la nariz alargada que connota la metáfora multimodal de seguir creciendo, que se asemeja a la imagen de Pinocho, por haber mentido en su Currículum, de haber estudiado Ingeniería en el Instituto Politécnico de Guijón, Asturias. En este sentido, tenemos otro modelo icónico semántico que grafica lo que se quiere decir y por tanto, tal forma de conjunción expresa velocidad cognitiva. La misma situación semántica sucede con <<No acabó el colegio>>, el congresista que mintió acerca de su hoja de vida también y que al haberse descubierto que no termino los estudios secundarios, el enunciador construyó otro modelo semántico basado en las <<orejas de burro>>, al igual que en las anteriores portadas se grafica lo que

se quiere decir y por ende se produce también velocidad cognitiva.

Las portadas de <<Fin al Monopolio>>, <<Álvarez Rodrich deja 'Perú21'>> y <<Es la jefa>> del encuadre de <<**Conflicto**>>, establecen menos lexicalización de forma satírica, sin embargo entre ellos también hay diferencias sobre sus modelos semánticos. En el caso de la primera carátula informativa en este punto, ésta contiene un modelo episódico de mensaje unidireccional, y de cuyo titular es literal y que por ende se entiende como un modelo semántico decodificador que se puede interpretar como <<Fin a la concentración de poderes>>. En cuanto a <<Álvarez Rodrich deja 'Perú21'>>, el modelo semántico parte desde la edificación del titular sobrio hasta la construcción discursiva de sus plataformas debido a que tiene diferentes enfoques con mensajes multidireccionales. Por tanto, se entiende también que toda la portada es un sinónimo de protesta dado que es el mismo medio que critica y que se autocritica de forma indirecta. Con respecto a <<Es la jefa>>, tiene el mismo modelo semántico unidireccional pero contenidos fuertemente arraigados en la plataforma política socio-cultural que deja un mensaje claro, <<El Presidente Humala no gobierna, su mujer>>.

En la portada, <<En aprietos>>, el modelo semántico tiene la misma función que en <<Mintió>> y <<No acabó el colegio>>, o que en <<Sigue mudo>> del encuadre de <<Conflicto>>, es decir contiene una construcción discursiva en la que el enunciador critica sin reparos y ofrece al mismo tiempo elementos humorísticos casi en tono de burla. En el caso de la portada observada, ésta contiene metáforas visuales no sólo de contexto sino también presenta componentes de movimiento, es decir formas multimodales debido a la plataforma en la que se apoya el discurso: una serie de cuatro fotogramas en las cuales por el movimiento, el actante criticado está como dice el titular <<En aprietos>>, una vez más se grafica lo que se quiere decir.

En las informaciones con respecto al Presidente Ollanta Humala, <<Todo listo>> y <<Sin autocritica>> se demuestran, a través de la conjunción entre la imágenes y los titulares, modelos semánticos sentados en las presuposiciones sobre las acciones de un actante

político y luego sus acciones reales. En este sentido, el modelo semántico de la primera portada permanece a la expectativa y en la segunda, representa el desengaño y la crítica al Presidente por no tener autocritica, tal y como lo dice su titular.

Referente a las portadas del encuadre de <<Consecuencias Económicas>>, tanto en <<Dólar se cae>>, así como en <<Perdimos US\$ 67,203 millones>> y <<Negocio redondo>>, connotan modelos semánticos debido al titular y en el caso de la primera y tercera noticia, los modelos semánticos de la segunda estructura se superponen dado a la existencia de la metáfora de fusión conceptual y de proyección ontológica, respectivamente. De esta manera, las lecturas discursivas se hacen más fáciles a través de esas formas de velocidades cognitivas; no sucede lo mismo en relación a la segunda portada dado que la imagen necesita del bloque lingüístico para que se produzca el *feedback* noticioso. Sin embargo, se rescata que de manera implícita hay una metáfora de proyección estructural bajo el dominio meta <<Toda discusión es una guerra>>, dado que hay un perdedor literal en el significado del titular <<Perdimos...>>, además de la condicionante de seguir perdiendo, establecido en el subtítular principal <<A menor minería, menor crecimiento>> en donde el ganador está visto desde la óptica del enunciador también como un condicionante para que se aprueben más proyectos sobre la minería sin ningún otro elemento discursivo contrario en la oferta noticiosa. En este sentido, se corrobora el sobrepeso del trasfondo noticioso como parte de una metáfora contextual que se complementa con el titular a través del subtítular superior condicional.

1.3.- CARACTERÍSTICAS DE LOS MODELOS METALINGÜÍSTICOS EN LOS DISTINTOS TIPOS DE PORTADAS

Existe una retroalimentación en el lenguaje no lingüístico en las formas de los enunciados y en el fondo de colores de éstos, característica que también forma parte de los modelos semánticos dentro de la cadena comunicativa más general. Por consiguiente, esta forma de relación discursiva se comprende como una plataforma más abstracta pero que otorga fuerza cognitiva a las otras estructuras de texto e imagen. En este sentido, muchos de los titulares se transforman en titulares verbo-visuales por contener tales modelos

metalingüísticos. En el caso de las imágenes, éstas se convierten en iconos más lexicalizados, observaremos tales estructuras dependiendo del enfoque tendencioso que el enunciador construya.

A continuación, las portadas referente al encuadre de <<**Atribución de responsabilidad**>>, tanto <<Condenado>>, <<Sólo cobran>> y <<Fuera los coimeros>> establecen una relación de colores en blanco, negro y rojo que conlleva a una forma de comunicación de causa-efecto o motivo-consecuencia. Por ejemplo en <<Condenado>>, los colores de fondo que connotan sobriedad se deben a la naturaleza de la misma fotografía, en blanco y negro, sin embargo debido a que la imagen es trabajada en *Photoshop*, y por tanto lexicalizada, hay una ruptura entre el cuello del actante principal y su cuerpo en forma de una línea gruesa en color blanco, la cual contiene el titular verbo-visual en color rojo <<Condenado>>. Éste es apoyado en subtítulo inferior en color negro, <<Fallo histórico: Fujimori fue sentenciado a 25 años de prisión>>. Por tanto el peso semiótico yace en el titular verbo-visual porque además del significado, existe también la metáfora de ese color rojo en la tipografía lingüística la cual le ha atravesado el cuello. Por tanto, está doblemente <<Condenado>>.

En cuanto a <<Sólo cobran>>, la imagen es una fotografía mediana de un grupo de personas que pertenecen al Indepa, dentro de un fondo de color negro; la fotografía que tiene marcos blancos guarda relación con el titular y el subtítulo debido a que comparten ese mismo color, no obstante la parte más importante en esta cadena comunicativa yace en la relación del ícono del círculo en color rojo que está superpuesto en las personas que <<Sólo cobran>>, por tanto este círculo que actúa como índice y a la vez como símbolo, es también una metáfora ya que tiene la función de <<guía>> hacia el subtítulo superior establecido también en ese color, <<Ineficiencia de burócratas del Indepa en ‘Baguazo’>>. Por tanto, más allá de los bloques lingüísticos, existe también ese otro idioma en los colores, los cuales refuerzan el enfoque del enunciador.

En relación a << ¡Fuera los coimeros!>>, los colores son los mismos pero son utilizados de

una manera más resumida, por consiguiente se puede observar un bloque lingüístico verbo-visual porque toda la información está constituida a manera de sello en forma oblicua, como si fuese una orden, mandato. En este sentido, <<¡Fuera los coimeros!>>, es el encabezado principal y lexicalizado en color blanco dentro del ícono como si fuera un <<sello>>, el cual contiene el color rojo de fondo; como subtítular inferior están las letras más pequeñas en color negro: <<Aprueban nuevo régimen disciplinario de la policía>>. En la parte superior de la imagen está otro pequeño bloque en color negro que guarda relación con el subtítular inferior, por tanto hay una correlación de contenidos, <<Agentes que exijan o reciban dinero para hacerse de la vista gorda serán automáticamente pasados al retiro>>.

En relación a las demás portadas, <<A 100 por cabeza>> y <<Patea la ‘grati’>>, los colores utilizados son rojo, blanco y gris-plomo y negro. En la primera portada, la relación metalingüística yace entre el titular que aparece por encima del billete de S/. 100 y el subtítular que aparece dentro del ícono del billete, <<Dirigentes de la CGTP piden cuota a reincorporados y a interesados en nueva lista>>. En cuanto al subtítular inferior, éste aparece en la parte última de la portada, muy lejos del ícono del billete en letras más pequeñas y en color negro, a modo de <<secreto>>: << ‘Perú21’ detecta...>> y <<Defensoría del Pueblo ratifica...>>. En este sentido, lo más importante según la relación metalingüística está entre el titular y el subtítular superior.

En la segunda portada, <<Patea la ‘grati’>>, el titular en color rojo y en forma oblicua se asemeja también a la forma de un sello, además de ser un titular verbo-visual. No obstante, <<Patea la ‘grati’>> tiene también bordes blancos, colores que también contienen a la bandera peruana. Por consiguiente, en vista de quién <<patea la ‘grati’>> es el Presidente Humala, existe una forma sutil de ironía; el subtítular inferior también en forma oblicua está en color blanco, y el subtítular superior, contiene un ícono de <<ítem>> o <<apartado>> en color rojo pero la parte textual en color negro, por lo tanto el titular que está en color rojo guarda relación sobria con el subtítular superior y al mismo tiempo el subtítular que tiene bordes blancos comparte el color establecido en el subtítular. Se puede entender entonces que esta relación metalingüística connota a que lo que está pateando el Presidente Humala es una característica que es parte de la sociedad peruana, <<la ‘grati’>>.

En cuanto a la parte superior en color negro se entiende que lo que dice en ese bloque guarda luto: << Presidente Humala observa la ley y la devuelve al Congreso>>.

En el encuadre, <<**Interés Humano**>>, << ‘Qué buena teta’>> que está en color rojo denota <<Atención>>, en cuanto a los subtitulares superior e inferior ambos son correlativos porque comparten el mismo color y tienen la función cognitiva de <<explicación resumida>> a <<explicación más detallada>>: <<Claudia Llosa y Magaly Solier hicieron historia>> a <<Película peruana, ‘*La teta Asustada*’ ganó el Oso de oro’...>>. Además también cuenta con un índice en ese color, <<Pág. 3>>, en el cual se espera saber más detalles de la ceremonia.

En la portada, <<Alma, corazón y *Kina*>>, ocurre una circunstancia discursiva especial, debido al contexto de triunfo deportivo, y a que en la imagen sale la actante principal Kina Malpartida con el trofeo en la mano y la bandera peruana de fondo, cuyos colores son rojo y blanco, toda la parte textual de la portada está escrita solamente en color blanco, en parte como una forma de complemento al color rojo de la bandera o también para significar la pureza y autenticidad de su juego, por otro lado, el titular tiene relación directa con el subtitular más importante y éste con el inferior.

En la información, <<Gabriel García Márquez 1927-2014>>, al ser una noticia de mucha trascendencia por el hecho de que uno de los iconos más importantes de la literatura hispanoamericana haya fenecido, el uso del color blanco y negro, se convierten en colores rituales cuya connotación está relacionada con la memoria, conmemoración y luto. En este sentido, todo el discurso tiene el fondo plomo-negro que va acorde con la fotografía en blanco y negro de la imagen. Parte del titular <<Gabriel García Márquez>> está tipografiado en color rojo, el mismo que proyecta importancia, pasión e ímpetu; y los años de su nacimiento y muerte <<1927-2014>> en color blanco, intervalo que actúa como índice al relacionarlo con el fondo lingüístico visual en color blanco que yace sobre la parte corporal de la imagen del icono, cuyo texto pertenece a su obra <<100 años de Soledad>, libro que aparece en la parte superior con alta carga simbólica. Por tanto, hay una relación

metalingüística que puede establecerse del siguiente modo: <<Gabriel García Márquez vivió con pasión, autenticidad y pureza y dejó su mejor legado, uno de ellos, ‘100 años de Soledad’>>.

En las portadas que pertenecen al encuadre de <<Conflicto>> y <<Moral>>, las relaciones metalingüísticas contienen también los mismos colores blanco, plomo-negro y rojo. En <<Fin al Monopolio>>, el color tipografiado en blanco en contraposición con los colores plomizos y oscuros connota <<Fin a algo penoso>>, por tano a través de este patrón hay una comunicación metalingüística y efectiva entre estos modelos distinto de significación. El subtítular constituye la causa principal de esa noticia dado que está en color rojo para que sea considerado como tal, <<Indecopi falla en contra de la empresa Lidercón>>. Un formato parecido lo establecen <<Videíto manda>> y <<Uña y mugre>> de <<**Moral**>> en la utilización de los colores y por la relación metalingüística. En el caso de <<Videíto manda>>, constituido en color rojo a modo de <<Atención>> y la correlación entre los bloques superiores e inferiores en color blanco; en <<Una y mugre>>, el titular está establecido en color blanco, el cual guarda relación directa con el subtítular que también contiene el mismo color, dado que aquí se explica la razón del titular, <<Ex asesor puso en evidencia que sigue siendo socio del ex- Presidente...>>. No obstante, este mismo color blanco, también es correlativo con el subtítular superior, el cual está tipografiado en ese mismo color pero con un fondo rojo, el mismo que actúa como un presentador del discurso <<Montesinos montó show para limpiar a Fujimori>>.

La portada <<Sigue mudo>> del encuadre <<**Conflicto**>> tiene los mismos elementos metalingüísticos que en <<Mintió>> y <<No terminó el colegio>> del encuadre de <<**Moral**>>: los titulares contienen el color rojo que denota en este caso <<Atención>>. En <<Sigue mudo>>, el resto de colores de los demás bloques lingüísticos yacen en negro y por tanto guardan relación en sus significados más allá de lo lingüístico. En <<¡Mintió!>>, debido al mismo color compartido, éste le remite al principio del subtítular <<Ingrid Suárez>>, a partir de ahí, el resto del bloque cuyo contenido está en color blanco se relaciona con el subtítular inferior, en el cual se confronta su <<mentira>>, es decir se

produce una retroalimentación a nivel de colores y por tanto a través de estos modelos metalingüísticos. En <<No acabó el colegio>>, éste es correlativo con parte del subtitular inferior, <<...Más mentiras sobre su hoja de vida>>. La primera parte del subtitular superior, <<Congresista Espinoza>> está escrito en negro, del cual también están escrito el bloque lingüístico inferior, <<Parlamentario confirma que sólo estudio hasta tercero de secundaria>>.

En <<Álvarez Rodrich deja 'Perú21'>>, el color del titular está en rojo, el mismo que denota <<Atención>>, el fondo está en color plomo-negro a manera de protesta; las dos fotos están enmarcadas en color blanco, dentro de ellas contienen al objeto víctima del discurso y en la otra foto al objeto victimario: la foto de 'Álvarez Rodrich y la del partido de la estrella, 'el APRA'. Por consiguiente, de acuerdo a los colores utilizados en los marcos de las fotografías mostradas, es que se producen los modelos metalingüístico entre los bloques superior e inferior que comparte el color blanco, de tal manera que se refuerza el rol discursivo, <<objeto víctima>> y <<objeto victimario>>.

En cuanto a <<Es la jefa>>, los colores utilizados son más estridentes, por tanto más allá de la parte lingüística, pareciera que el mensaje estuviese enmarcado como un <<ruido político>> o hecho que no debiera ser considerado como noticia. En este sentido, <<Es la jefa>> que está en color blanco remite a los enunciados superiores e inferiores que comparten el mismo color. No obstante, el bloque superior está contenido en un recuadro con fondo rojo, en el cual reside la parte más importante de esta información, <<Envío oficio a Ministro pidiendo informa>> y por tanto, <<Es la jefa>>. En cuanto al bloque inferior, éste tiene la función de especificar lo que dicen en el titular y en el subtitular superior. El bloque de información inferior está contenido en un recuadro de color negro con ítems al principio del enunciado en color rojo, es decir en esta parte última de la noticia, también guarda relación con el subtitular superior, de esta manera hay una retroalimentación en los colores contenidos en los bloques, los cuales le otorgan mayor fuerza retórica al discurso.

La portada, <<En aprietos>> del encuadre de <<**Moral**>> contiene la misma forma verbo-

visual que en la información <<¡Fuera los ‘coimeros!’>> del encuadre de <<**Conflicto**>>, es decir también hay una figura oblicua a modo de sello, sólo que en <<En aprietos>>, establecido en color blanco, no ordena sino se observa y se analiza; por tanto el fondo de ese recuadro a modo de sello es de color rojo, el cual le otorga fuerza retórica en el discurso; el subtítulo superior yace en color negro a modo de preocupación, <<Exigen que congresista José León aclare posibles nexos con el narcotráfico>>.

Las dos últimas portadas de <<**Moral**>>, <<Todos listo>> y <<Sin autocrítica>> tiene un discurso con un valor agregado; al igual que en la portada, <<Alma, corazón y Kina>> de <<**Interés Humano**>>, los elementos simbólico nacional están presentes. En el caso de <<Todo listo>>, los modelos metalingüísticos funcionan por sí solos dado que el color rojo en el cual yacen los titulares y que además tiene bordes blancos, hacen referencia a la bandera peruana dentro de un escenario que pertenece a la policía peruana. En este sentido, el titular verbo visual que aparece ligeramente inclinado es correlativo con el subtítulo en blanco que también aparece ligeramente inclinado, <<¿Qué esperan los peruanos...>>. Por otro lado, este mismo sistema de cadena comunicativa metalingüística también hace referencia al Suplemento Especial que se titula <<El último mensaje>>, en donde ahí sí aparece el actante principal, el Presidente Ollanta Humala. Esta portada es muy parecida a <<Sin autocrítica>> dado que contiene al mismo actante y se refiere a lo que dijo durante su <<último discurso>>, por lo tanto el titular que está en color rojo, también contiene los bordes en colores blanco, el cual remite también a la bandera blanca y también a los bloques superior e inferior, además del índice de las páginas establecidas en ese color.

En relación a las noticias del encuadre <<Consecuencias Económicas>>, en <<Dólar se cae>>, contienen los colores plomo-negro, rojo y blanco. Parte del titular está en color rojo, el cual remite a la cantidad que aparece en el subtítulo S/. 2.75; y la otra parte del titular está en color blanco, el mismo que se relaciona con el subtítulo inferior: <<...se cae>> a <<Prevén que campaña electoral no implicaría un alza en la cotización...>>. Por otro lado, el fondo del billete del dólar en donde figura George Washington cayendo están en color negro, en este sentido dicho color guarda relación con el subtítulo superior que contiene

este color oscuro, <<Billete verde cerraría este año en...>>. En este sentido, en este discurso se hace uso de los modelos metalingüísticos de manera muy detallada. En <<Perdimos US\$ 67,203 millones>>, los colores de fondo son el amarillo dado que el contexto es la minería. Por tanto, el subtítular está en color rojo, con bordes blancos, y estos bordes blancos remiten a la parte textual que contiene ese mismo color claro en los enunciados superiores e inferiores, <<A menor minería, menor crecimiento...>> y <<El país dejó de crecer en...>>. En relación a <<Negocio Redondo>>, en vista de que todo el bloque es verbo-visual porque están contenidos dentro de la pelota de fútbol, el titular contiene el color rojo y los subtitulares en color negro, en donde el primero funciona como presentador de la noticia y en el segundo se lee los detalles, <<La FIFA estima ingresos por US\$ 3200 millones. 30,000 millones de personas ven la disputa en la Copa...>>. El color rojo establece una llamada de atención y los bloque superiores e inferiores en color negro fijan su propia forma de comunicación metalingüística.

Por consiguiente, el enunciador, de acuerdo a la organización de estructuras y plataformas, más allá de establecer lo enunciados lingüísticos e icónicos, plasma esa otra estructura de cuyo lenguaje va otorgar mayor fuerza cognitiva en el caso del color rojo, o también una mejor armonía en su conjunto en el caso de los colores más sobrios u otros, partiendo de la base de que los modelos metalingüísticos forman también la parte cognitiva en la construcción de esos modelos semánticos.

1.4.- METÁFORAS FRECUENTES EN LOS DISTINTOS TIPOS DE PORTADAS

En el marco de extraer las mayor cantidad de metáforas de estas 22 portadas analizadas, hemos observado que la gran mayoría contienen en un solo discurso, metáforas cognitivas de proyección estructural, ontológicas en menor grado, así como también metáforas de Fusión Conceptual implícitas y explícitas. No obstante, también hemos contemplado que dentro de este grupo de portadas de discursos metafóricos híbridos, existen además portadas de un solo tipo de metáfora de forma explícita y predominante, como es el caso de las metáforas de Fusión Conceptual basadas en la red de integración de doble nivel, de integración conceptual y también de nivel único.

Por consiguiente, el grueso de las portadas contienen de manera indirecta o directa, metáforas cognitivas de proyección estructural, cuyo dominio meta es <<Toda discusión es una guerra>>. En este sentido se comprueba que en casi todos los encuadres de <<Atribución de responsabilidad>>, <<Interés humano>>, <<Conflicto>>, <<Consecuencias Económicas>> y <<Moral>> existen sub-encuadres próximos o no tan próximos pertenecientes al encuadre de <<Conflicto>>.

En este sentido, se comprueba también la tendencia del enunciador a través del grado de lexicalización dentro de los componentes de este tipo de metáfora estructural, en donde se sabe, hay siempre a nivel persuasivo, en los cuales el enunciador también forma parte del discurso metafórico.

Por tanto, en el caso de los discursos que contienen más de un tipo de metáforas-como son las mayoría- hemos comprobado que hay una gran cantidad de caratulas informativas que contienen a nivel general, la estructura cuyo domino meta de <<Toda discusión es una guerra>>, y a nivel específico la metáfora de fusión conceptual en base a redes de integración de nivel único. En este sentido, estos dos tipos de metáforas actúan de manera discursiva, otorgando la generalidad a la metáfora de proyección, y los elementos más específicos a metáforas de fusiones conceptuales más simples que aparecen en los bloques lingüísticos, o también como resultado de una deducción de los bloques textuales superpuestos.

En cuanto a las metáforas de proyección ontológicas, estas se presentan a través del tipo continente-contenido o viceversa, las mismas que pueden compartir también el contexto discursivo con la proyección estructural de conflicto.

1.5.- PROYECCIÓN ESTRUCTURAL, ONTOLÓGICA y FUSIÓN CONCEPTUAL; METÁFORA VISUALES Y DE HUMOR

Como hemos mencionado anteriormente, existen más de un tipo de metáforas en un mismo discurso, de ahí la suerte de existencia de metáforas mixtas que se entremezclan, las cuales otorgan una connotación compleja en la información. Por tanto son pocas las portadas que contienen una sola metáfora en el sentido estricto, como son los casos de <<A S/. 100 por cabeza>> y <<Patea la 'grati'>> de <<**Atribución de responsabilidad**>>; <<Qué buena teta>>, <<Alma, corazón y *Kina*>> de <<**Interés humano**>> y de la portada, <<Dólar se cae>> de <<**Consecuencias Económicas**>, que pertenecen al tipo de Fusión Conceptual propiamente dicho.

Por consiguiente, pasaremos primero a desarrollar las formas en las que este tipo de portadas pertenecientes a la metáfora de proyección estructural se presenta. Por tanto, una de las características por las cuales se pueden medir esta perspectiva es a través de la lexicalización de los enunciados lingüísticos o icónicos, como parte del hecho noticioso o en algunos casos, como parte del enfoque del medio, en donde el enunciador también se hace presente de manera implícita.

En ese sentido, en las portadas del encuadre de <<**Atribución de responsabilidad**>>, en el caso de <<Condenado>>, se percibe la metáfora de proyección estructural, <<Toda discusión es una guerra>>, en donde se observa al ex Presidente Alberto Fujimori, como un agente discursivamente derrotado y en efecto, según los hechos circunstanciales así es; por tanto el titular al igual que en la estructura de la imagen, -es decir las formas discursivas de los modelos episódicos, semánticos y lingüísticos-, el actante principal es vencido porque lo encuentra culpable por los cargos de corrupción.

En este sentido, uno de los componentes más objetivos del discurso yace sobre el enunciado inferior, el cual constituye una clase de metáfora de fusión conceptual, redes de integración de nivel único, <<Fallo histórico: Fujimori fue sentenciado a 25 años de

prisión>>.

Los componentes discursivos de <<Condenado>> se observan de manera indirecta con la portada <<Fuera los ‘coimeros’>>, con la diferencia de que en ésta se contempla una estructura de <<orden o mandato>> en el propio titular verbo visual y en todo el bloque lingüístico a modo de <<sello>>, por tanto de manera subrepticia, la proyección del dominio meta es también <<Toda discusión es una guerra>> dado que el enunciador maneja ideologías de crítica para <<derrotar>> a los policías corruptos y estos, por ser agentes pasivos en el discurso, son vencidos. No obstante, la metáfora de proyección de más notoriedad es la *ontológica*, en vista de que el contenido es la figura a modo de <<sello>> icónico en donde excluye a los <<coimeros>>, y se queda sólo los que la nueva ley que sale enunciada sobre el ícono.

En la portada, <<Sólo cobran>>, que pertenece al encuadre de <<Atribución de Responsabilidad>>, también se percibe el conflicto como trasfondo de la noticia, en el cual, los que son derrotados son los actantes lexicalizados dentro del círculo símbolo de color rojo, a quienes se le acusa discursivamente como corruptos, además de ineficientes y se les culpa de manera indirecta por haber ocasionado ‘*el Baguazo*’. En este sentido, se observan portadas parecidas con la misma estructura indirecta de metáfora estructural, en <<Sigue mudo>> por ejemplo -del encuadre de <<Conflicto>>, el cual tiene un sub-encuadre de <<Moral>>-, el actante aparece lexicalizado al ser mostrado sin boca, un elemento simbólico que se interpreta como <<No quiere hablar>>, por consiguiente en ese trasfondo noticioso yace un discurso complejo en donde se enfrentan las ideologías de la empresa Lidercón y el abogado de la Municipalidad de Lima, por tanto dado que el actante principal, el Alcalde de esa institución no quiere hablar al respecto es que, el enunciador le gana la batalla en el discurso a través de la crítica del titular que la imagen grafica.

No obstante, al igual que en <<Fuera los ‘coimeros’>>, la metáfora de proyección que más sobresale en <<Sigue mudo>> es la *ontológica*, bajo la construcción del dominio meta <<el tiempo es una condición>>. En este sentido, se puede desglosar lo siguiente: <<El Alcalde de Lima no quiso hablar ayer ni quiere hablar hoy>>, es por eso que <<Sigue mudo>>.

Por otro lado, dentro de esta naturaleza de metáforas en donde hay un claro manejo del *Photoshop*, están las portadas <<Uña y mugre>>, <<¡Mintió!>> y <<No acabó el colegio!>> que pertenecen al encuadre de <<**Moral**>>. Por consiguiente, las metáforas que más resaltan en estas portadas, en el caso de <<Uña y mugre>> son las metáforas de proyección ontológica y estructural, por tanto referente al primer punto, ambos personajes que representan a la <<uña y mugre>> pertenecen a un envase de <<suciedad>>; y en relación a la metáfora de proyección, ésta tiene el dominio meta de <<<Toda discusión es un guerra>> dado que Montesinos argumenta lo indefendible, sin embargo, tiene una actitud bélica ante el juez. Esto se comprende al leer el subtítulo <<Montesinos montó show para limpiar a Fujimori>> y <<Ex asesor puso en evidencia que sigue siendo socio del ex presidente y lo eximió de responsabilidad de violaciones de derechos humanos>>. En este sentido, dentro de ese concepto que proyecta el titular, se puede entender también que contiene metáfora contextual porque remite a dos actantes simbólicos en la historia de la política peruana y que además uno es referente del otro en los temas de corrupción, delitos y malversación, por tanto la imagen representa también una metáfora visual híbrida dado que son dos personajes en uno, lexicalizados como un binomio monstruoso, siniestro y sucio; por consiguiente es discurso con metáfora de humor basados en la sátira y humor <<negro>>.

En cuanto a <<¡Mintió!>> y <<No acabó el colegio>>, se observan en ellas dos formas de metáforas implícitas, la primera la metáfora de proyección estructural, <<*Toda discusión es un guerra*>>, y la de <<*redes de nivel único*>> de la metáfora de fusión conceptual. Por consiguiente, en vista de que los actantes son lexicalizados de una forma satírica, en la que el enunciador se ampara en la crítica debido a la ‘mentira’ que ambos actantes han cometido en sus hojas de vida con respecto a los estudios, es que se observa que los actantes son derrotados discursivamente por el enunciador: en el caso de <<¡Mintió!>>, la actante Ingrid Suárez dijo haber estudiado en la escuela Politécnica de Guijón y ‘nunca lo hizo’ y es por eso que sale con la nariz que simboliza a Pinocho; en el caso de la segunda portada, el titular es literal, por tanto el actante, que es congresista aparece con las orejas de burro. En cuanto a las metáforas de fusión conceptual, éstas se observan de la siguiente

manera: <<Escuela Politécnica de Guijón: “Ingrid Suárez nunca estudió en este centro>>; <<Congresista Espinoza: Más mentiras en su hoja de vida>>. En este sentido, este tipo de portadas también presentan metáforas visuales híbridas, en la primera de característica multimodal dado que alude a movimiento de crecimiento de la nariz, y en la segunda monomodal porque no se refiere a movimiento. En este sentido, también encontramos metáforas de humor basados en la sátira, en lo risible y burlesco dado que en ellos se proyecta una metáfora fisiognómica.

En relación a la portada de <<Videíto manda>>, de <<**Conflicto**>> y <<En aprietos>> de <<**Moral**>>, los lenguajes de estos discursos son apoyados en plataformas que remiten a cintas de video y fotogramas de video respectivamente. Por lo tanto, éstas también contienen una metáfora visual contextual, la primera remite a un escenario de movimiento, por lo tanto contiene un índice multimodal; y en cuanto a la segunda portada, ésta sí es multimodal puesto que toda la portada se basa en cuatro fotogramas que aluden a movimiento de incomodidad al preguntársele sobre su implicación con el narcotráfico, de ahí el motivo de su titular <<En aprietos>>. En este sentido, la metáforas estructural que más resalta es la metáfora del canal bajo la estructura del dominio meta, <<*La comunicación es un envío*>>; y el dominio fuente es la acción de <<*enviar o mandar*>> porque sugiere que manda <<*algo a alguien*>>, en este caso, <<Videíto manda>>. En cuanto a la segunda portada, <<En aprietos>>, ésta establece una tipo de metáfora ontológica en primera instancia y luego estructural, dado que los cuatros fotogramas contiene al actante y además es mostrado como gestos y ademanes de incomodidad, en ese sentido, el enunciador le gana al actante a través de la crítica.

Volviendo al encuadre de <<**Atribución de responsabilidad**>>, encontramos en <<A 100 por cabeza>>, la metáfora predominante pertenece a <<red de integración de doble nivel>> de la metáfora de Fusión Conceptual, ya que bajo la estructura de un billete de S/. 100 se superpone la otra estructura donde yace la imagen de los trabajadores de la CGTP, por tanto a través de los inputs de entra y de dominio, se crea otro tercer espacio que es la proyección del mismo, del cual se obtiene el cuarto espacio que es el titular en conjunción con la imagen. Por la forma de su naturaleza, también se puede percibir que es una metáfora

visual contextual e híbrida multimodal, ya que en la imagen de los trabajadores sobre el billete pareciera tener movimiento. Por otro lado, dentro de la característica de redes de integración de doble nivel está también el titular de la portada, <<Qué buena teta>> del encuadre de <<**Interés humano**>>, dos dominios de entrada de campos diferentes, la primera axiológica y de valorpositivo; la segunda, es el nombre de la película, <<¡Qué buena teta!>>. Estos dos dominios se fusionan en un espacio mixto mental de significación en el cual se transfiere una analogía oculta, cuyo resultado es una frase de semántica discursiva, <<Qué buena teta>>, que en el plano literal quiere decir, <<Qué buena película, ‘La teta asustada’>>. Dentro de este bloque y debido a esa naturaleza se pueden encontrar también la metáfora del humor, dado que en la fusión ya una bisociación de ideas de tales conceptos creando lo que se conoce como malos entendidos.

La portada de <<Patea la ‘grati’>>, de <<**Atribución de responsabilidad**>> establece una metáfora de Fusión conceptual de integración de conceptos, en donde a través de los espacios mentales del verbo <<patear una pelota>> y el concepto de <<patear la ley de exoneración de la ‘grati’ al Congreso>>, el primer espacio se superpone sobre el segundo para crear en la fusión, otro campo cognitivo como sale en la imagen en conjugación con el titular, una vez hecha la lectura, se crea el cuarto espacio cognitivo que se puede traducir en lo siguiente, << Ha devuelto la ley de exoneración de la ‘grati’ al Congreso para que sigan manteniendo los impuestos>>. En este sentido, en vista de que el actante principal es el Presidente de la República, a quien se le observa contento pateando una pelota de fútbol, es una característica que de alguna manera connota también <<ironía>> por ser el contenido noticioso <<serio>> y por presentarlo con un enfoque de <<burla>> ligera y espontánea.

En cuanto a las portadas de <<Alma, corazón y Kina>>, de <<**Interés humano**>>, el titular es un claro ejemplo de Fusión Conceptual de redes de doble nivel, en donde la canción criolla <<Alma, corazón y vida>> se yuxtapone en el contenido de la noticia, cuya actante principal es la boxeadora Kina Malpartida. En este sentido, se unen dos espacios cognitivos y se crea el titular y el cuarto espacio cognitivo es el resultado final, entre la imagen y el titular, el significado total de la noticia: <<Kina Malpartida dio su alma, corazón y vida en

la cancha de box...y ganó>>. En este tipo de noticias, es evidente que haya metáforas contextuales muy marcadas, primero por la actante misma que representa un país, segundo que tras haber ganado, el titular creativo emite también a una canción <<peruana>>, del cual se obtiene un elemento *sinestésico* porque se vincula un espacio sonoro; además de ello con el fondo de la bandera peruana en la fotografía.

Referente a ese último punto, encontramos la portada <<Dólar se cae>> que pertenece al encuadre de <<Consecuencias económicas>>, remite a una especie de elemento *sinestésico* porque pareciera que George Washington está a punto de caerse al vacío oscuro dentro del billete; en este sentido, yace también una metáfora visual híbrida multimodal, dado que alude al movimiento. Respecto al tipo de fusión conceptual, más allá de la imagen, se analiza el bloque lingüístico en su conjunto, por tanto la información corresponde al tipo de redes de único nivel: <<Dólar se cae: Bancos y especialistas estiman que este año cerraría en S/. 2.75>> // Bancos y especialistas: Prevén que campaña electoral no implicaría un alza en la cotización del dólar

Dentro de la categoría de metáforas ontológicas, de continente-contenido/sustancia, encontramos a las portadas, <<Negocio redondo>> de <<**Consecuencias Económicas**>> en la que dentro de un balón de fútbol yacen todos los enunciados lingüísticos en donde se refiere a todo el negocio millonario que hay detrás del deporte de fútbol en un mundial, por tanto el contenedor es lo que representa al deporte del fútbol y la sustancia es la parte textual referente al tema del fútbol, además de ello en toda la portada se presenta la proyección estructural de <<Toda discusión es una guerra>>, pero de forma indirecta dado que el único mejor beneficiado de todos los millones del gran negocio que significa el fútbol en un evento organizado por la FIFA es la FIFA y las grandes marcas deportivas y todo los elementos relacionados a este negocio de mayor a menor escala. En este sentido, los perdedores serán los menos beneficiados hasta lo que sólo son simples espectadores.

En cuanto a la portada, <<Gabriel García Márquez 1927-2014>>, de <<**Interés humano**>>, se produce una de forma proyección ontológica, puesto que según el discurso icónico, su obra máxima ‘100 años de soledad’, contiene al escritor recientemente

fallecido, debido a que aparece sobre su cabeza; por tanto el recipiente es el libro que contiene a Gabriel García Márquez, el mismo que contiene sus ideas y parte de su vida, de donde se inspiró para crear el <<realismo mágico>>. Sin embargo, la parte textual de ese libro yace también sobre el cuerpo del actante, escrito en color blanco, el cual remite al intervalo de años que vivió; en este sentido, se puede deducir que Gabriel García Márquez contiene a ‘100 años de soledad’, el cual también está contenido entre los años 1927-2014.

En cuanto a las informaciones más sobrias, observamos que todas contienen la metáfora de proyección estructural, <<Una discusión es una guerra>>, explícita o implícita; por ejemplo en <<Fin al Monopolio>> del encuadre de <<**Conflicto**>>, se trasluce de forma rápida, por la forma del titular ‘Fin al Monopolio’, que connota <<fin de algo que no era legal>>, por tanto hay vencidos y derrotados; en cuanto a <<Álvarez Rodrich deja Perú21’>>, <<Es la jefa>>, <<Perdimos US\$ 67,203 millones>>, se establecen estructuras de discurso, por ejemplo en la portada referente a Álvarez Rodrich, este tipo de estructura se hace explícita, sin embargo no sólo remite a cuestiones de conflicto sino también de moral, porque se refiere a hechos que sobrepasan la libertad de prensa y por ende, el jefe del diario se va por no <<comulgar>> con las políticas del diario y por tanto, por no comulgar tampoco con el partido del APRA, en este sentido hay vencidos y ganadores. En cuanto <<Es la jefa>>, la estructura bélica no es directa dado que mediante la crítica que se le hace a la primera dama, también se le está criticando al Presidente Humala; por tanto, el enunciador juega con elementos discursivos argumentativos y expone a través de ellos, de manera tácita <<la incapacidad del jefe de estado>> de establecer y dirigir sus funciones como tal, de esta forma, el Presidente Humala, la primera dama y el Partido Nacionalista Peruano aparecen como perdedores.

En relación a la portada <<Perdimos US\$ 67,203 millones>>, este tipo de metáfora estructural aparece de una forma indirecta, ya que en este discurso existe una guerra entre el único actante activo que es <<la minería>> y el otro actante que es más bien pasivo como es el entorno económico-político, por tanto el enunciador establece que el vencedor es el actante que no aparece en el discurso, premisa que subyace en el titular <<US\$ Perdimos 67,203 millones>>.

En relación a las dos últimas portadas del encuadre <<Moral>>, éstas aparecen como las más sobrias de este grupo puesto que no contiene ninguna lexicalización dentro de la imagen aunque sí en los titulares verbo-visuales, por tanto <<Todo listo>> y <<Sin autocritica>>, los cuales comparten el mismo actante, quien es el Presidente Ollanta Humala, connota además de una metáfora contextual por la naturaleza del agente discursivo, y la metáfora de proyección estructural, <<Toda discusión es una guerra>> existe también una crítica a través de los bloques lingüísticos, el primer caso, se indica que se espera más de lo mismo y que su discurso de fiestas patrias no contendrá lo que la mayoría de peruanos quiere escuchar; además de ello yace un especial sobre <<Fiestas Patrias>>, en donde sí aparece el actante principal puesto que en la portada más relevante no aparecía; en cuanto a <<Sin autocritica>>, el enunciador le gana al actante mostrado por criticar que el Presidente no tenga crítica durante sus cinco años de gobierno.

2.- CONCLUSIONES GENERALES

Todas las portadas analizadas en los distintos temas de <<framing>> o <<encuadre>> contienen en su mayoría, plataformas socio-discursivas impactantes debido al uso de conceptos metafóricos de proyección estructural de Lakoff y Jhonson, <<Toda discusión es una guerra>>, trabajadas tanto desde la estructura lingüística como dentro del campo de la imagen. En este sentido, otro elemento importante, que haga connotar el mismo impacto cognitivo es la metáfora de fusión conceptual de GillesFauconnier; sin embargo, en este punto, para que se produzca el mismo efecto, esta teoría tiene que estar trabajada desde la estructura icónica.

No obstante, hay una excepción a la regla, en donde sí se produce impacto por la circunstancia misma en la que el titular <<se presta>> de manera discursiva. Por tanto, dentro de la fusión de conceptos en el encabezado principal, <<¡QUÉ BUENA TETA!>>, existe una suerte de elementos contextuales y de humor como parte de ese contexto, en este sentido el titular remite a la película ganadora <<La teta asustada>> en el festival de la <<Berlinale>>.

Dentro de este punto, es necesario recalcar que si bien es cierto, esta portada es bastante creativa, además de contener elementos humorísticos *bisociativos* los cuales producen también malos entendidos; durante el grupo de discusión, al **grupo de estudiantes**, no les produjo el mismo efecto. Todo lo contrario, les pareció confuso; además de que tampoco se acordaron en gran medida de esa noticia, dado que era una noticia perteneciente al año 2009. La elección de la portada se había escogido en función a un hecho histórico, ya que era la primera vez que una película peruana ganaba un certamen internacional de cine, como la <<Berlinale>>.

A modo de establecer otro elemento de observación, en lo que se refiere a esa misma <<noticia>>, este tipo de portadas recibió también críticas durante el <<grupo de discusión>>, en lo que respecta a los individuos que todavía estudian la carrera de Periodismo. Por tanto, no consideraron a <<¡QUÉ BUENA TETA!>> como una portada creativa en su totalidad ya que el titular es ambiguo, pero sobre todo, por la forma de la composición de la caratula, en vista de que el encabezado principal aparece al lado de un ícono más pequeño que remite a la imagen de una <<vedette>>. En este sentido, los estudiantes relacionaron de manera inconsciente, el titular con esa figura que está en segundo plano de manera automática, que con el ícono en primer plano, el cual remite a la imagen de la película ganadora <<La teta asustada>>.

Por tanto, desde el punto de vista de impacto visual, todas las portadas analizadas son en su mayoría, por un lado creativas -porque existe una suerte de retroalimentación metalingüística entre los bloques lingüísticos contenidos en el color semiótico del rojo, así como en los colores blancos y negros, a nivel general-; y por otro lado también son impactantes, dado que hay componentes semióticos que constituyen puertas o enlaces cognitivos que hacen que entre la imagen y el discurso textual <<se manejen su propia comunicación>>, creando también de esta forma, una especie de puente semiótico de fácil acceso para el lector.

En este sentido se produce <<velocidad cognitiva>> a través de un símbolo o palabra clave. Ejemplos en este ítem: <<SIGUE MUDO>>, <<VIDEÍTO MANDA>>,<<UÑA Y MUGRE>>, <<MINTIÓ>>, <<NO ACABÓ EL COLEGIO>>, <<EN APRIETOS>>, <<ALMA, CORAZÓN Y KINA>>, <<DÓLAR SE CAE>>,<<CONDENADO>>, <<SÓLO COBRAN>>, <<FUERA LOS COIMEROS>>, <<A 100 POR CABEZA>>, <<NEGOCIO REDONDO>> y <<PATEA LA ‘GRATI’>>.

Se observa también rapidez cognitiva en cuanto a literalidad, el uso metalingüístico de los colores y por la trascendencia de la noticia:<<FIN AL MONOPOLIO>>,<<ALVAREZ RODRICH DEJA ‘PERÚ 21’>>, <<PERDIMOS US\$ 67,203 MILLONES>>, <<GABRIEL GARCÍA MÁRQUEZ 1927-2014>>, <<TODO LISTO>>, <<SIN AUTOCRÍTICA>>, <<ES LA JEFA>>.

En este punto hay que recalcar que tales portadas mencionadas, o bien pertenecen al *encuadre* noticioso de <<CONFLICTO>>, o en su defecto comparten *el mismo tema de* <<CONFLICTO>> como *sub-encuadre* noticioso, con excepción a la regla de la portada sobre la muerte de Gabriel García Márquez.

De ahí que también se puede deducir, que estas mismas portadas de encuadres o sub-encuadres conflictivos, suelen ofrecer una lectura más rápida <<a nivel cognitivo>>, y al mismo tiempo representar plataformas discursivas tendenciosas.

Por tanto, y en relación a esa premisa deductiva, se constata lo que el jefe de diagramación de este diario, Luis Hidalgo, señala en la entrevista, de que la sociedad peruana reúne una cantidad de elementos semióticos de violencia, de ahí se interpreta que el discurso de <<CONFLICTO>> sea una propuesta semiótica constante para que el enunciador, <<el medio>> las represente como tal.

Sin embargo, aunque este tipo de apreciación puede justificar la tendencia del medio, esta clase de ideologías en lo que respecta al enunciador, se pueden evaluar de manera más objetiva, de acuerdo al siguiente resultado que se obtuvo durante la realización del grupo de

discusión.

Por tanto, en base a los resultados obtenidos como parte de un pre-análisis, luego de un análisis cualitativo y como último punto, de acuerdo a las opiniones enfrentadas dentro del grupo de debate, en base a la pregunta, <<**qué noticia les producía más indignación**>>, se obtuvo lo siguiente: Tanto en el conjunto de expertos como en el grupo de estudiantes, la portada <<**SIGUE MUDO**>>, fue la noticia que más indignación causó por una serie de elementos circunstanciales. La primera de ellas es que a pesar de que es una noticia que pertenece al año 2008, el contenido noticioso parece corresponder al contexto actual dado que el actante principal, Luis Castañeda Lossio, sigue siendo <<Alcalde de Lima>> y <<sigue estando mudo>> frente a noticias muy similares a las de ese entonces.

Por consiguiente, de esta manera se comprueba una vez más, que este tipo de noticias con respecto al tema de <<**CONFLICTO**>> representan un elemento constante en el quehacer político y social del contexto nacional.

En este sentido, en lo que respecta a la portada de <<**SIGUE MUDO**>>, además de pertenecer al encuadre de <<**CONFLICTO**>>, corresponde también al sub-encuadre de <<**MORAL**>>, característica que es el valor carente que en realidad es la base cognitiva del fondo noticioso, la cual hace que el enunciador maneje las composiciones discursivas para de una manera inclinarse a una suerte de periodismo tendencioso, la misma que hace que el grupo de debate confrontado se <<**indigne**>> por el hecho de <<**seguir en lo mismo**>>, ya que no sólo, el alcalde de Lima sigue siendo el mismo sino que éste sigue con la misma actitud de <<**mudez**>> en relación a las mismas noticias de <<**CONFLICTO**>>.

De esta premisa se deduce que Luis Castañeda es tal vez un personaje conflictivo dentro de su <<estado de mudéz>> y es por eso que genera este tipo resultados discursivos en la sociedad. De algún modo o no, esa clase de personajes en conjunción con las circunstancias políticas, proponen ser un objeto interesante a nivel semiótico para la creatividad y lecturas discursivas impactantes.

Una prueba de ello es que la portada, <<**SIGUE MUDO**>>, produjo una reacción que sobrepasa la percepción cognitiva. En este sentido, dentro del *grupo de expertos*, algunos individuos les pareció que la portada les resultaba<<chocante>> precisamente porque el personaje <<no tenía boca>>, lo cual daba como resultado cognitivo que el personaje <<**NO HABLA EN LO ABSOLUTO**>>.

Otra prueba de que este mismo personaje ofrece interesantes elementos de interpretación socio-semiótica, es una portada más actual que es con la que ‘Perú21’ gana el ‘II Concurso de Portadas de Impacto’ de Diarios Populares, celebrado por la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), en la región. El titular se llamó<<**A 100 DÍAS DE SU GESTIÓN**³⁰>>, en donde se utiliza mucho el color amarillo, en vista de que es el color de su partido político, <<Solidaridad Nacional>>.

Por otro lado, en líneas generales, la mayoría de caratulas informativas poseen también retroalimentación entre la memoria episódica y semántica, memorias que están en función a la noticia, y en cuyo proceso también descansa <<la velocidad cognitiva>> a través de modelos de estructura semánticas, más generales, en vista que indican elemento metafóricos y metalingüísticos de fácil absorción en la lectura.

Se ha observado también que el mensaje tendencioso se mide a través de los titulares verbo-visuales, ya que en ellos se simplifican cargas semióticas como el color rojo o la relación metalingüística que mantienen con otros bloques, ya sea lingüísticos o simbólicos que pueden estar contenidos en la propia imagen, con lo cual se recae en redundancia discursiva. En este sentido, las portadas pertenecientes al <<framing>> o <<encuadre>>, de **Moral**: <<**MINTIÓ**>>, <<**NO ACABÓ EL COLEGIO**>> son las que reflejan este tipo de redundancia semiótica y por tanto, velocidad cognitiva.

Por tanto, el enunciador considera al ícono como elemento de información absoluto: <<la

³⁰ La noticia se refiere a los 100 días de actividad administrativa como reciente <<Alcalde de Lima>>. La portada remite a una lectura de protesta dado que ni bien ingresó como burgomaestre, borró todos los murales artísticos de las zonas más populares del distrito, promovidos por la anterior alcaldesa, Susana Villarán.
<http://peru21.pe/multimedia/imagen/t-320645>

nariz de pinocho>>, <<*las orejas de burro*>>, <<*el símbolo en la forma del círculo, establecido en color rojo*>>, en conjunción con el titular verbo-visual, <<**SÓLO COBRAN**>>.

Las portadas que tienen elevados niveles metafóricos de humor, tales como, <<**MINTIÓ**>>, <<**NO ACABÓ EL COLEGIO**>> están apoyadas en estructuras de analogía cognitiva y sátira. En este aspecto, estas portadas, muy al margen de que sean tendenciosas, significan <<**protesta**>>.

En este sentido, dentro de esta interpretación de lectura semiótica de <<protesta>>, se encuentran las portadas de *encuadre* de <<**MORAL**>> o las que contengan el fondo noticioso como *sub-encuadre*, entre ellos tenemos: <<**ÁLVAREZ RODRICH DEJA PERÚ21**>>, <<**SÓLO COBRAN**>>, <<**EN APRIETOS**>>, <<**UÑA Y MUGRE**>>.

Por otro lado, dentro del grupo de debate tanto en el grupo experto como dentro del equipo de estudiantes de la carrera de Periodismo, la portada que más satisfacción les causaba como noticia, fue <<**CONDENADO**>> porque se hacía justicia, pero de alguna forma también les producía indignación en el aspecto que <<han esperado>> demasiado tiempo para que eso ocurriera, puesto que desde el momento en que huyó del país tuvieron que pasar ocho años.

De esta conclusión se puede deducir también que todos los hechos que producen <<indignación>> son claras propuestas semióticas para hacer de ellas un símbolo de <<protesta>>, pero al mismo tiempo existe el peligro de caer en el <<periodismo tendencioso>> y provocar <<cortinas de humo>>.

En este punto, la portada <<Es la jefa>>, es un claro ejemplo de periodismo tendencioso porque no presenta elementos discursivos de creatividad, ni contenido metafórico pero sí <<velocidad cognitiva>> a través de una frase, literal <<**ES LA JEFA**>>. En este sentido, se puede hacer una comparación con otra portada que propone la misma lectura, <<**SÓLO COBRAN**>>, ya que ambos ofrecen plataformas semióticas parecidas, con la diferencia de

que en esta caratula informativa sí produce a nivel visual cierto impacto, no sólo por la forma en que está construido mediante el ícono circular en color rojo metafórico sino también porque sí se observan componentes semióticos de carácter más noticioso en cuanto al aspecto de carencia de valores, situación diferente con el informe referente a la esposa del Presidente Humala.

Por tanto, <<Es la jefa>> no impacta de manera visual, tanto por la distribución del discurso como por el uso de colores radicales, blanco y negro. Tampoco impacta a nivel noticioso como en las demás portadas pero sí es una noticia que parece más <<un ruido noticioso>>, más que una noticia que valga la pena leer.

Por consiguiente, volviendo de nuevo al grupo de debate, dentro del conjunto de alumnos estudiantes, hubieron respuestas de insatisfacción con respecto a este tipo de noticias- aquí se hace un ligero cambio de portada pero que contienen la misma idea noticiosa, por tanto es vez de <<ES LA JEFA>> que pertenece al año 2011, se muestra como portada de observación, <<EN SU LABERINTO>> que pertenece a un contexto más actual- dado que siempre es <<más de lo mismo>>, porque tienen a la primera dama como actante principal en la mayoría de sus portadas y esto hace pensar que el diario tienen inclinación a producir mensajes con <<cortinas de humo>> y ser tendenciosos en contra del gobierno de turno.

Por tanto, y a modo de agregar, la portada del mes de octubre del 2015, lleva casi el mismo título, con la diferencia de que esta vez <<sí lo confirman>>, es decir se confirma de que en Palacio de Gobierno no manda Ollanta Humala sino Nadine Heredia. El titular reza de la siguiente manera, <<LE DICEN LA JEFA³¹>>.

En este sentido, el periodista, Enrique Chávez³², sub director del diario ‘Caretas’, una de las revistas políticas del país con más historia y prestigio, indica que al parecer hay un tipo de periodismo anti-estado. Para muestra, todas las veces que ‘Perú21’ ha sacado a la Primera dama, Nadine Heredia, en portada. Por lo tanto, este tipo de prensa, llega por momentos a provocar y establecer, como el periodista menciona, a una suerte de <<asqueamiento político>>, puesto que siempre están haciendo <destapes periodísticos> sobre corrupción

³¹<http://peru21.pe/impresas/archivo/2015-10-05>

³²Ver entrevista en la segunda división del capítulo de Anexo

y hechos de malversación, negocios ilícito y también sobre gobernabilidad o sobre quién debe mandar en Palacio, por ejemplo.

Por tanto, se puede afirmar que en el Perú, hay una suerte de periodismo anti-estatal y esto se ve reflejado en las portadas del diario '*Perú21*', que durante todo el gobierno Humala, ya sea por él mismo o por hechos que lo vinculan, como es su esposa-, en las cuales existe una campaña de <<desprestigio moral>> al gobierno de turno.

En este sentido, dentro del grupo de discusión, una parte del grupo de expertos, opinaba que no consideraban al diario '*Perú21*' como un diario líder dentro del mercado periodístico, que preferían leer a otros diario más serios y que eso se evidenciaba en el manejo de la noticia no sólo de fondo sino también en la forma como se presenta. Que si bien es cierto son creativos y producen impacto visual, eso no era un elemento indispensable para <<comprar>> el diario y leer el artículo entero. En cuanto al grupo de estudiantes, ellos sí manifestaron al unísono que no consideraban a este medio como un diario líder a nivel periodístico. Sin embargo, una parte de ese grupo, sí reconocían que ofrecen una lectura interesante a nivel de portadas y que en ese aspecto sí se diferencian de otros diario pero que ese elemento no era un condicionante poderoso para leer el diario todos los días.

A modo de agregar, hemos observado que el grupo de estudiantes son más críticos que el grupo de expertos y en ese sentido, ellos subrayan en cuanto al humor como medio cognitivo, que no siempre es un efecto positivo ya que puede ser también un elemento adormecedor en la opinión pública. Por consiguiente, manifiestan que la política peruana da mucho no tiene el nivel correspondiente de profesionalismo y que tal vez esa sea la razón por la cual, las portadas de este diario, lleven mucho carga de humor dado que al pueblo peruano le gusta <<este tipo de humor>>; de tal manera que esa característica hace que no sean conscientes que mediante esa metáfora de humor, explícitos o no, exista un mensaje subliminal de conformación y que los medios quieren <<hacer creer>> que este humor con el cual se representan a algunos políticos es parte del día a día. Precisamente, uno de esas característica anti-éticas disfrazadas de humor constituyó un elemento muy fuerte para que Luis Castañeda Lossio, el actante de <<Sigue mudo>>, volviera a ganar las elecciones

municipales. Por consiguiente, los hechos de corrupción por parte de Castañeda eran evidentes, sin embargo esa condición de anti-valor restó su importancia al otorgarle el valor de humor, por tanto ese elemento fue un rasgo importante durante su campaña en vista de que su lema fue <<Roba pero hace obras>>, y con este tipo de anti-campaña, resultó ganador en la contienda.

Por consiguiente, por un lado, las propuestas discursivas en las portadas de 'PERÚ21' reflejan creatividad pero también marcan tendencia hasta el punto de no considerarlos serios; sin embargo, recalcamos la ventaja cognitiva que contienen frente a los demás medios impresos, que a través de los elementos de humor y de drama, sus portadas serán recordadas dentro de la retroalimentación entre los modelos mentales semánticos-episódicos, las cuales estarán mejor apoyadas en las estructuras de metalenguaje como son las metáforas visuales, los elementos de *punctum* o *studium* discursivos, inmersas también en las metáforas de proyección y fusión. Por tanto, más allá de que el diario ya no sea valorado líder como en sus inicios, su ideología discursiva es hacer periodismo visual, graficar lo que quieren decir y en ese sentido están a la vanguardia en el contexto de medios noticiosos.

En definitiva, 'PERÚ21', maneja macro-estructuras de retroalimentación cognitiva, las mismas que contienen todos esos elementos semióticos, de las cuales entre ellos mismos también se producen esa suerte de *feedback* a menor escala, por tanto la lectura se hace más evidente y redundante, las cuales contienen velocidad cognitiva, discursos que no pasan desapercibidas ante el ojo de cualquier lector.

VIII.- BIBLIOGRAFÍA

ABRIL, Gonzalo (2008): *Análisis crítico de textos visuales. Mirar es poder*. Editorial Síntesis, S.A. Madrid.

ABRIL, Gonzalo (2013): *Cultura visual, de la semiótica a la política*. Editorial Plaza y Valdés. Madrid.

ABRIL, Gonzalo (2003): *Cortar y pegar, la fragmentación visual en los orígenes del texto informativo*. Editorial Cátedra. Madrid

ABRIL, Gonzalo; LOZANO Jorge; PEÑA-MARÍN, Cristina (1982): *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Ediciones Cátedra, S.A. Madrid.

ABRIL, Gonzalo (1988): *La Comunicación y el discurso: la dimensión humorística de la interacción*. Fondo Editorial Universidad Complutense de Madrid. Madrid.

ABRIL, Gonzalo (2002): *El espacio sinóptico*. Editorial t.f Editores. Madrid

ACERO, J.J., DE BUSTOS E. y QUESADA D. (1982): *Introducción a la filosofía del lenguaje*. Editorial Cátedra. Madrid.

AGUILAR LEIVA, Oquitzen (2012): *Enfocando la metáfora visual: Ópticas cognitivas I*. Culturales, Año 8, Vol. 16, pp. 33-84.

ALADRO, Eva (2004): *Comunicación y Retroalimentación*. Editorial Fragua. Madrid.

ALADRO, Eva (1999): *Teoría de la Información y la Comunicación efectiva*. Editorial Fragua. Madrid.

ALADRO, Eva y Díez Álvarez Luis (2010): *Símbolos, metáforas y poder*. Editorial Universitas S.A. Madrid.

ALADRO VICO, Eva (2013): *Las teorías profesionales y las 5 crisis del periodismo*. CIC, Cuadernos de Información y Comunicación, Vol. 18, pp. 69-81.

ALONSO, Luis Enrique y FERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, Carlos Jesús (2006): *Roland Barthes y el análisis del discurso*. Revista de Metodología de Ciencias Sociales. Nº 12, pp. 11-35.

ARISTÓTELES, 384-322 A.C (1946): *Poética*. Versión directa, introducción y notas por el Dr. Juan David García Baca. Editorial Universidad Nacional Autónoma de México. México.

ARISTÓTELES (1990): *Retórica*. Introducción, traducción y notas por Quintín Racionero. Editorial Gredos, S.A. Madrid.

ARHEIM, Rudolph (2013): *Arte y percepción visual*. Alianza Editorial S.A. Madrid.

BAUMAN, Z. (2002): *La cultura como praxis*. Editorial Paidós. Barcelona.

BARCELONA, Antonio (2000): *Metaphor and Metonymy at the crossroads: a cognitive perspective*. Mouton de Gruyter, Berlín and New York.

BARTHES, R (1972): *Retórica Antica*. Nuevo Portico. Roma.

BARTHES, R (2011): *La Cámara Lucida*. Traducción de Joaquim Sala-Sanahuja. Editorial Paidós. Barcelona.

BARTHES, R (2000): *El mensaje fotográfico, en Lo obvio y lo obtuso. Imágenes, gestos, voces*. Editorial Paidós. Barcelona.

BELL, Nathalie (2007): "Re-rereading Camera Lucida viewing Barthes through Victor Burgin". *Proquest*, 35, 1, pp.8.

BENBENISTE, É. (1974): *Problemas de lingüística general*. Siglo XXI. Buenos Aires.

BENJAMIN, Walter (1991): *El arte en la época de su reproducción técnica*, *Discursos Interrumpidos*. Editorial Taurus. Madrid.

BENCZES Réka; BARCELONA, Antonio; RUIZ DE MENDOZA IBAÑEZ, Francisco José (2011): *Defining Metonymy in cognitive linguistics: towards a consensus view*. John Benjamins cop. Amsterdam, Philadelphia.

BERGER, J. (1975): *Modos de ver*. Editorial G. Gili. Barcelona.

BEUCHOT, Mauricio (2011): *Metáforas de nuestra vida: antropología e interpretación*. Hergué Editorial. Huelva.

BLACK, Max (1968): *The labyrinth of language*. Pall Mall Press, cop. London.

BLACK, Max (1970): *Language and philosophy: studies in method*. Cornell University Press. Ithaca and London.

BLACK, Max (1967): *Modelos y metáforas*. Traducción de Víctor Sánchez de Zavala. Tecnos, D.L. Madrid.

BLACK, Max (1977): *More about metaphor*, ed. A. Ortony, 19-43. C.U.P. Nueva York. Reimpreso en *Dialectica* (1971) 31:431-457.

BLESA ALEDO, P. (2006). "Medios de comunicación y democracia: ¿El poder de los medios o los medios al poder?", *Sphera Publica*, 6, pp. 87-105.

BORAH, P. (2011). “Conceptual issues in framing theory: A systematic examination of a decade’s literature”, *Journal of Communication*, 61, pp. 246-263. Disponible en: http://porismitaborah.com/Borah,2011_JOC.pdf [fecha de consulta: 30 de abril de 2014].

BROCK, D. y RABIN-HAVT, A. (2012):The Fox Effect: How Roger Ailes Turned a Network into a Propaganda Machine. Washington: Mediamatters for America Ed.

BROWN, M. (2011). “ITV considered replacing half of evening news with gameshow”, ‘The Guardian’, 18 de enero de 2013. Disponible en: <http://www.guardian.co.uk/media/2011/jan/18/itv-earlyevening-news> [fecha de consulta: 30 de abril de 2014].

BRUHN JENSEN, Klaus (1997): *La semiótica social de la comunicación de masas*. Editorial Bosch. Barcelona.

BRUNER, Jerome (1989): *Acción, pensamiento y lenguaje*. Paidós. Barcelona.

BURGELIN, O (1974): *La Comunicación de Masas*. Editorial A.T.E. Barcelona.

BUSTOS, E de (1993): *La Polémica del significado literal*. Actas del I Congreso de la Sociedad de Lógica, Metodología y Filosofía de la Ciencia en España. U.N.E.D. Madrid.

BUSTOS, Eduardo de (2000): *Filosofía del lenguaje*. Universidad Nacional de Educación a distancia. Madrid.

BUSTOS, Eduardo de (2000): *La Metáfora. Ensayos Transdisciplinarios*. Fondo de Cultura económica de España, S.L. Madrid.

CASARES, Julio(2002):“Concepto del Humor”. *CIC, Cuadernos de Información y Comunicación*, Vol 7, 2002, Universidad Complutense de Madrid’, pp. 182-185.

CRUSAFON, C. (2009). “Las nuevas plataformas digitales: análisis de las estrategias desarrolladas por los informativos de las network estadounidenses (ABC, CBS y NBC) y de las cadenas temáticas (CNN, FOX NEWS y MSNBC)”. Comunicaciones del II Congreso Internacional de Teoría y Técnica de los Medios Audiovisuales. Universitat Jaume I, Castellón.

CUSHION, S y LEWIS, J. (2009). “Towards a ‘Foxification’ of 24-hour news channels in Britain?: An analysis of market-driven and publicly funded news coverage”. En: *Journalism*, 10 (2), pp. 131-153.

Cushion, S. (2011). *Television Journalism*. Londres: SAGE.

Cushion, S., Lewis, J. y Neil Ramsay, G. (2012). “The impact of interventionist regulation in reshaping news agendas: A comparative analysis of public and commercially funded television journalism”, *Journalism*, 13 (7), pp. 831-849.

DAVIDSON, D (1984): *What metaphors mean, en Inquiries into Truth and Interpretation*. Clarendon Press. Oxford.

DÍAZ ALONSO, Javier (2006): “La expansión de la semántica por medio de la metáfora y de la analogía en la combinación de preverbos inseparables con bases verbales”. *Revista de Filología Alemana*, Vol 14, pp.133-151.

DIJK, Teun A. van(1989): *La ciencia del texto: Un enfoque Interdisciplinario*. Editorial Paidós. Barcelona.

DIJK, Teun A. van (1990): *La noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la Información*. Editorial Paidós. Barcelona.

DIJK, Teun A. van (2005): “Ideología y Analisis del discurso”. *Utopía y Praxis*

Latinoamericana, Año 10, Nº 29, pp.9-36.

DIJK, Teun A. van (2005): “Política, ideología y discurso”. *Quórum Académico*, Vol. 2, Nº 2. Pp. 15-47.

DIJK, Teun A. van (2008): *Estudios sobre el discurso: una introducción multidisciplinaria. Vol.2, El discurso como interacción social*. Compilador Editorial Gedisa. Barcelona.

DURAND, Gilbert (2007): *La imaginación simbólica*. Ediciones Amorrortur. Barcelona.

ECO, U. (1984): *Semiotics and the Philosophy of language*. McMillan Press. Londres.

ECO, U. (1974): *La estructura ausente: introducción a la semiótica*. Traducción de Francisco Serra Cantarell. Lumen D.L. Barcelona.

ENTMAN, R.M (1991). “Framing U.S. coverage of international news: Contrasts in narratives of the KAL and Iran Air incidents”, *Journal of Communication*, 41, pp. 6-27.

Entman, R. (1993). “Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm”. En: *Journal of Communication*, 43 (4), pp. 51-58.

FAIRCLOUGH, I.y FAIRCLOUGH, N. (2012). *Political Discourse Analysis: A method for advanced students*. Nueva York: Routledge.

FAIRCLOUGH, N. (2002). *Discourse and Social Chang*. Cambridge: Polity Press.

FAIRCLOUGH, N. (1995). *Media Discourse*. Londres: Edward Arnold.

FAUCONNIER, Gilles and TURNER Mark (2003): *The way we think: conceptual blending and the mind's hidden complexities*. Basic books. New York

FAUCONNIER, Gilles (1994): *Mental spaces: aspects of meaning construction in natural grammar*. Cambridge University Press. Cambridge.

FAUCONNIER, Gilles and SWEETSER, Eve (1996): *Spaces, worlds and grammar*. University of Chicago Press. Chicago.

FAUCONNIER, Gilles (1997): *Mappings in thought and language*. Cambridge University Press. Cambridge.

FORCEVILLE, Charles, *Visual Metaphors*, Semioticon Cybercourse on Pictorial Multimodal Metaphorwebsite <http://www.semioticon.com/people/forceville.htm>

FODOR, J. (1983): *The modularity of Mind*. MIT Press. Cambridge

FODOR, J. (1987): *Psychosemantics*. MIT Press. Cambridge.

FREEDMAN, D. (2008): *The Politics of Media Policy*. Cambridge: Polity Press.

Gibson, O. (2008). "BBC journalists accused of London bias", *The Guardian*, 12 de junio de 2008. Disponible en: <http://www.guardian.co.uk/media/2008/jun/12/bbc.tvnews> [fecha de consulta: 12 junio de 2015].

FRIED, Michael (2005): "Barthes's punctum". *Critical Inquiry*, Vol. 31, N° 3, pp. 539-574.

FRIEDENBERG, Jay and SILVERMAN, Gordon (2012): *Cognitive Science: an introduction to the study of mind*. Editorial Sage. Los Ángeles-Estados Unidos.

GAMBRA, J.M. (1990): "La Metáfora en Aristóteles". *Anuario Filosófico*, 33, 2, pp. 51-68.

GARCÍA SUÁREZ, A. (1997): *Modos de significar*. Editorial Tecnos. Madrid.

GENTNER, Dedreand HOLYOAK, Keith J. (2001): *The analogical mind: perspective from cognitive science*. Mass: MIT Press. Cambridge.

GIBBS, R. (1994): *The Poetics of Mind*. Cambridge University Press. Cambridge.

GIMENEZ ARMENTIA, Pilar (2006): “Una nueva visión del proceso comunicativo: la teoría del enfoque (Framing)”-*A new Perspective of the communicative process: The framing Theory-*. *Revista Comunicación y Hombre*, Nº 2, pp. 55-66.

GOFFMAN, Erving (1979): *Relaciones en público*. Editorial Alianza. Madrid.

GOFFMAN, Erving (2006): *Frame Analysis*. Centro de Investigaciones sociológicas. Madrid.

GOMEZ CRUZ, Edgar (2007): *Las metáforas de Internet*. Editorial UOC. Barcelona.

GOMBRICH, E.H (1968): *Meditaciones sobre un caballo de juguete*. Editorial Seix Barral. Barcelona.

GOMBRICH, E. H. (2003): *Los usos de las imágenes*. Editorial Debate. Madrid.

HAZLITT, William(2002): “La Comunicación del humor”. *CIC, Cuadernos de Información y Comunicación*, volumen 7, Universidad Complutense de Madrid, pp. 71-81.

HELLER, Eva (2004): *Psicología del color: cómo actúan los colores sobre los sentimientos y la razón*. Editorial Gustavo Gili. Barcelona.

HYMES, D (1974): *Studies in the history of linguistics*. Bloomington: Indiana U. Press. Indiana.

JOLY, Martine (2009): *Introducción al análisis de la Imagen*. La marca editora. Buenos

Aires.

JHONSON, M. (1987): *The body in the Mind: The bodily basics of Meaning, Imagination and Reason*. Chicago University Press. Chicago.

JHONSON, M. (1993): *Moral Imagination: Implication of Cognitive Science for Ethics*. University of Chicago Press. Chicago.

KOESTLER, Arthur, “La comunicación del humor”. *CIC, Cuadernos de Información y Comunicación*, volumen 7, 2002, Universidad Complutense de Madrid, pp. 189-195.

KÖVECSES, Zoltán (2002): *Metaphor: a practical introduction*. Oxford University Press. Oxford.

KITTAY, E.F. (1987): *Its cognitive force and Linguistic Structure*. Clarendon Press. Oxford.

LIZCANO, Emmánuel (2006): *Metáforas que nos piensan: Sobre ciencia, democracia y otras poderosas ficciones*. Ediciones bajo cero: Traficantes de sueños. Madrid.

LAKOFF, George (2007): *No pienses en un elefante: Lenguaje y Debate Político*. Trad. de Magdalena Mora. Editorial Complutense. Madrid.

LAKOFF, George y JHONSON, Mark (1986): *Metáforas de la vida cotidiana*. Introducción de José Antonio Milán. Ediciones Cátedra, D.L. Madrid.

LAKOFF, George (1990): *Women, fire and dangerous things: What categories reveal about the mind*. University of Chicago. Chicago.

LAKOFF, George and JHONSON, Mark (1999): *Philosophy in the flesh, the embodied mind and its challenge to western thought*. Editorial Basic books. Nueva York.

LAKOFF, George (1973): *Is this structure necessary?*. Indiana University Linguistic Club. Indiana.

LAKOFF, George (1968): *Deep and surface grammar*. Bloomington: Indiana University Linguistic Club. Indiana.

LAKOFF, George (1970): *Irregularity in syntax*. Holt, Rinehart and Winston, cop. New York.

LAKOFF, George (1996): *Moral Politics: What conservatives know that liberals don't*. University Press. Chicago

LAKOFF, George and TURNER, Mark (1989): *More than a cool reason; a field guide to poetic metaphor*. University of Chicago Press, cop. Chicago, London.

LAKOFF, George (2000): *Where mathematics comes from: how the embodied mind brings mathematics into being*. Basic books. New York.

LAKOFF, George (1968): *Pronounce and reference (Parts I & II)*; (Bloomington): Indiana University, Linguistic Club. Indiana.

LAKOFF, George (1968): *Counterparts, or the problems of reference in transformational grammar*. Indiana University, Linguistic Club. Bloomington.

LASWELL, H., Leites, N, Fadner, R., Goldsen, J., Grey, A., Janis. I., Kaplan, A., Mintz, A., De Sola Pool, I., Yakobson, S. y Kaplan, D. (1965). *Language of Politics*. Studies in Quantitative Semantics. Cambridge, Massachusetts: The M.I.T. Press.

LE GUERN, Michel (1985): *La metáfora y la metonimia*. Cátedra D.L. Madrid.

NUBIOLA, J.L. y CONESA F. (1999): *Filosofía del lenguaje*. Herder. Barcelona.

MADRID CÁNOVAS, Sonia (2005): *Semiótica del discurso publicitario: del signo a la imagen*. Fondo Editorial Universidad de Murcia. Murcia.

MATTHES, J. y Kohring, M (2008): “The content analysis of media frames: toward improving reliability and validity”, *Jornalism of Communication*, 58, pp. 258-279.

MINERVINO, Ricardo A. (2007): “La capacidad de la teoría de Proyección de la estructura y la teoría de la Metáfora Conceptual para explicar la generación y el uso de las metáforas conceptuales: una comparación crítica”. *Subjetividad y procesos cognitivos*. N° 10, pp. 139-162.

MIRZOEFF, N. (2003): *Una introducción a la cultura visual*. Paidós. Barcelona.

MITCHELL, W.J.T. (1994): *Picture Theory*. Universidad de Chicago Press. Chicago.

MORIN, Edgar y REYNOSO, Carlos (2009): *Modelos o metáforas: Crítica del paradigma de la complejidad*. Editorial Sb. Buenos Aires-Argentina.

MULVEY, L. (1999): *Visual and other pleasures*. Indiana University Press. Bloomington.

NIETZSCHE, F. (2002): *Crepúsculo de los ídolos o Cómo se filosofa con el martillo*. Alianza. Madrid.

OLLIN, Margaret (2002): “Touching Photographs: Roland Barthes’s <<mistaken>> identification”. *Representations*, Vol. 80, N° 1 pp. 99-118.

PEIRCE, Ch. S. (1974): *La ciencia de la semiótica*. Nueva Visión. Buenos Aires.

PÉREZ BERNAL, María Dolores (2012): “An alternative to George Lakoff & Mark

Turner's approach to poetic metaphors". *ES: Revista de Filología Inglesa*, Nº 33, pp. 235-251.

RAMÍREZ CRUZ, Héctor (2007): "¿Sedentarismo o nomadismo? La metáfora en el ámbito de la concepción de la vida en el habla cotidiana". *Forma y función*, Nº 20, pp. 147-172.

RUIZ DE MENDOZA, Francisco José & GALERA-MASEGOSA, Alicia (2010): "Mecanismos Cognitivos en la memoria: La metáfora". *Cuadernos de Neuropsicología*, Vol. 4, Nº 2, pp. 106-111.

RUIZ DE MENDOZA, Francisco; GALERA-MASEGOSA, Alicia (2011): "Going beyond Metaphonymic: Metaphoric and metonymic complexes in phrasal verbs interpretation". *Revista Lenguaje Value*. Volumen 3, Nº 1, pp. 1-29.

SALEK, J (2005): "Los colores y su semántica en las expresiones fraseológicas españolas". *Estudia Románica Posnaniensa. Poznań*, UAM, Vol. 32. pp. 87-96.

SÁDABA, Teresa (2001): "Origen, aplicación y límites de la 'teoría del encuadre' (framing) en comunicación", *Revista Comunicación y Sociedad*, Vol. XIV. Núm 2 pp. 143-175

SEMETKO y VANKELBURG (2000): "Framing European politics: a content analysis of press and television news", *Journal of Communication*, Vol. 50, Núm 2, pp. 93-109.

STERNBERG, R.J. (1990): *Metaphors of Mind: Conceptions of the nature of intelligence*. Cambridge University Press. Cambridge.

STILLINGS, N.A et al. (1995): *Cognitive Science: an Introduction*. Mass.: M.I.T. Press. Cambridge.

SWEETSER, E. (1990): *From Etymology to Pragmatics: metaphorical and cultural aspects of semantic structure*. Cambridge University Press. Cambridge.

TANKARD, J. (2001). "The Empirical Approach to the Study of Media Framing". En: Reese, S. D., Gandy, O. H. y Grant, A. E. (eds.). *Framing Public Life: Perspectives on Media and our Understanding of the Social World* (pp. 95-106). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

TURNER Mark, (1991): *Reading minds: The study of english in the age of cognitive science*. Princeton University Press, cop. Princeton, N.Y, Oxford

TURNER Mark (1996): *The literary mind*. Oxford University Press. New York, Oxford.

TURNER, V. (1980): *La selva de los símbolos*. Siglo XXI. Madrid.

TURNER Mark and Fauconnier Gilles (1995): "Conceptual Integration and Formal Expression". *Metaphor and Symbolic Activity*, 10, pp. 183-204.

TUCHMAN, Gaye (1983): *La producción de la noticia: estudio sobre la construcción de la realidad*. Gustavo Gili, cop. Barcelona.

VALBUENA, Félix (1996): *Teoría General de la Información*. Editorial Noesis. Madrid.

VALDÉS VILLANUEVA, L.M. (1991): *La búsqueda del significado (Lecturas de filosofía del lenguaje)*, Tecnos. Madrid.

VEGA RODRÍGUEZ, Margarita (2004): *Aristóteles y la metáfora*. Secretariado de Publicaciones e Intercambio Editorial. Universidad de Valladolid.

WODAK, R. (2005). *New Agenda in (Critical) Discourse Analysis: Theory, Methodology and Interdisciplinarity*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company.

WOLF, Paul (2000): “Del rojo al verde”. *Revista Persona y Derecho*. N°43. pp. 341-364.

Bibliografía con respecto a la ‘La prensa Peruana’ y referentes externos:

AGUIRRE, María Isabel; HUAMANÍ, Frank; MORÁN, Daniel (2008): Lima a través de la prensa. N° 2008 – 08128. Biblioteca Nacional del Perú. Lima.

BENAVENTE, Adelma (2001) *La recuperación de la memoria: el primer siglo de la fotografía: Perú 1842-1942*. Museo de Arte de Lima y la Fundación Telefónica, 2 volúmenes. Lima

GARGUREVICH, Juan (1977): *Introducción a la historia de los medios de comunicación en el Perú*. Editorial Imprenta Horizonte. Lima.

GARGUREVICH, Juan (1991): *Historia de la prensa peruana 1954 – 1990*. Marusia Ruiz Caro. Lima.

GARGUREVICH, Juan (2002): *La prensa sensacionalista en el Perú*. Fondo Editorial de la Universidad Católica del Perú. Lima.

INFANTE YUPANQUI, Carlos (2008): “Poder, tensión y caricatura. Una aproximación a la teoría del humor”. *Dialogía* N° 3, pp. 245-271.

ROZAS NAVARRO, Mario A (190): *Reseña histórica de la comunicación social*. 2ª ed. Imprenta s.n. Lima.

ZETA QUINDE, Rosa Angélica (2002): “Los medios de comunicación en el Perú”. *Revista de comunicación, Universidad de Piura*. Vol. 1, año 2002. p. 67-95.

PORTAL DE SISTEMAS DE BIBLIOTECAS UNMSM

(http://sisbib.unmsm.edu.pe/Bibvirtual/tesis/Human/Velezmoro_C_K/cap2.htm) Sitio web oficial de la SISBIB;

ORGANIZACIÓN DE ESTADOS IBEROAMERICANOS PARA LA EDUCACIÓN

(<http://www.oei.es/cultura2/peru/07.htm>) Sitio web oficial de la OEI

PORTAL EL COMERCIO (<http://elcomercio.pe/noticia/453886/tv-peru-inaugurara-manana-era-television-digital-pais>) Sitio web oficial de El Comercio.

SEMANA ECONÓMICA 2002 ‘Perú.21’. Semana Económica. Lima, número 834. Consulta: 2 de diciembre de 2009.

Jacqueline Oyarce Cruz – ‘Criterios para mirar la prensa peruana’

<http://www.matices.de/14/14pprens.htm>

Referentes externos

ADORNO, Theodor y Horkheimer, Max (1971): *Dialéctica del Iluminismo*, Sur, Buenos Aires.

ALEXANDER, Jeffrey C. (1989): *Las teorías sociológicas desde la segunda guerra mundial*. Editorial Gedisa, Barcelona.

ALEXANDER, Jeffrey C. (2000): *Sociología cultural*. Anthropos-FLACSO. Barcelona.

ALTAMIRANO, Carlos (dir.) (2002): *Términos críticos de Sociología de la Cultura*, Paidós, Buenos Aires.

ALTHUSSER, Louis (1977): *Ideología y aparatos ideológicos de estado*, Anagrama, Barcelona.

ANDERSON, James A. (1996): *Communication Theory. Epistemological Foundations*. The Guilford Press, New York.

ECO, Umberto (1975): *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Lumen, Barcelona.

ENTEL, Alicia y Victor Lenarduzzi y Diego Gerzovich (2004): *Escuela de Frankfurt*, Eudeba, Buenos Aires.

HERNÁNDEZ, María (1997): *Sociología de la producción de noticias*. Comunicación y Sociedad. Guadalajara, N° 30.

RUBIO, María (2007): *Documentación informativa en el Periodismo digital*. Editorial Síntesis. Madrid.

IX.- ANEXOS

1.- PORTADAS DEL PRE-ANÁLISIS

1.1.- <<FIN AL MONOPOLIO>>



1.2.- <<VIDEÍTO MANDA>>



1.3.- <<SIGUE MUDO>>

**¡LO QUE FALTABA!
EL CLÁSICO SE POSTERGÓ**
Será el 23 de abril en el Nacional el clásico

www.peru21.com

**Perú
.21**

MANEJA 1,00
S/0,70

MÉRCUR, 2 DE ABRIL DE 2008 AÑO XI - Nº 2012

**CELULARES
TENDRÁN CORTES
EL SÁBADO**
De 00:00 a 7:00 horas por
cambio a nueve dígitos // PÁG. 9

**CLUBES PRIVADOS DEBERÁN
ADMIRAR SOCIAS MUJERES**
D.S. los obligará a cambiar estatutos // PÁG. 5

ES LA TASA MÁS ALTA DE LOS ÚLTIMOS
CUATRO AÑOS, Y EL ÍNDICE DE
PRECIOS ANUALIZADO ASCIENDE A
PREOCUPANTE 5.55% // PÁG. 10

**INFLACIÓN
DE MARZO
LLEGA A
1.04%**

**EN MEDIO DE
INCERTIDUMBRE
POR REVISIONES
TÉCNICAS,
ALCALDE
GUARDA
SILENCIO**

**Sigue
mudo**

> Lidercon asegura que en 20 días reanudará el servicio, mientras
abogado de la Municipalidad de Lima cuestiona proceso arbitral y
afirma que no conoce el fallo. // PÁG. 14

Certificación Internacional Microsoft Office Specialist (MOS)

OFFICE SPECIALIST

MS Word • MS Power Point • MS Excel

VISITA NUESTRO CAMPUS UTP: Esq. Av. 28 de Julio con Av. Petit Thouars

**Sólo en
72
Horas**

Inscríbete llamando a
423-1241 • 423-111

O si prefieres ingresa:
www.cetis.edu.p

1.4.-<<UÑA Y MUGRE>>



1.5.- <<ÁLVAREZ RODRICH DEJA 'PERÚ21'>>

"SI NOS VAN A SACAR QUE LO HAGAN CON ROCHE"
Heduardo hace llamado a humoristas del diario // PÁG. 2

"OBVIAMENTE, LOS COLUMNISTAS SACAREMOS NUESTRA WEB"
Rospigliosi cree que hay mano del gobierno detrás de salida de AAR // PÁGINA 3.

www.peru21.pe
Office 2007
Si, B + cupón

Perú .21
DIRECTORIAL
Claudio Izaguirre,
Manuel Turry
VIA AEREA 1,00
S/0,70
LUNES, 17 DE NOVIEMBRE DE 2008
AÑO VII - Nº 2.281

TENGO UN SPOT BIEN PACÁN: "LA VERDAD TAMBIÉN ES GOBERNABILIDAD" ¿TE GUSTA?
SI, PERO USALO CUANDO TENGA TU PROPIO DIARIO

Tome precauciones // PÁG. 14
PROHIBIDO CRITICAR AL GOBIERNO POR CUMBRE
PARE

TAMBIÉN RENUNCIAN COLUMNISTAS MANRIQUE, ROSPIGLIOSI, PALACIOS, BRUCE, BASOMBRÍO, TANAKA, ETC.





Álvarez Rodrich deja Perú.21

> Crisis de los "Petroaudios" se cobra una víctima en la prensa independiente. Se rumorea presión sobre el Grupo El Comercio desde el Partido de la Estrella. Nuestro director se despide /// PÁG. 2

Ingeniería de Redes y Comunicaciones

2 NUEVAS INGENIERÍAS
Examen de Admisión: **23 de NOVIEMBRE**
Esquina Ru. 28 de Julio con Ru. Petit Thouars - Lima 1
Email: informes@utp.edu.pe www.utp.edu.pe Informes: 332-9393

Ingeniería de Seguridad y Auditoría Informática

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ
FALTAN 6 DÍAS
Se matriculará normalmente el 20 y 21

1.6.- <<¡MINTIÓ!>>



1.7.- <<QUÉ BUENA TETA>>



1.8.- <<BCR LO DEJA>>



1.9.- <<HORA CERO>>



1.10.- <<CONDENADO>>



1.11.- <<NO ACABÓ EL COLEGIO>>



1.12.- <<FUERA LOS COIMEROS>>

MAÑANA SUPERINPOGRAFÍA JONAS BROTHERS

www.peru21.pe

Peru 21

TEST VIA PRESELECCIÓN

¡¡¡¡¡

5/4,70

¡¡¡¡¡

PERÚ HA RELAJADO MEDIDAS CONTRA LA INFLUENZA AH1N1

¡¡¡¡¡

LOS CONSUMIDORES Y LOS EMPRESARIOS MANTIENEN EL OPTIMISMO PESE A CRISIS

¡¡¡¡¡

BLOQUEARON POR 15 HORAS LA PANAMERICANA SUR

¡¡¡¡¡

FISCALIZACIÓN INVESTIGARÁ COPAMIENTO EN BANCO DE LA NACIÓN

¡¡¡¡¡

¡Fuera los coimeros!

APRUEBAN NUEVO RÉGIMEN DISCIPLINARIO DE LA POLICÍA

¡¡¡¡¡

ATORNILLA TU CEREBRO Y ASEGURA TU INGRESO

ESTUDIA - APRUEBA - INGRESA

Inicio de clases: 18 de MAYO

¡¡¡¡¡

1.13.- <<SÓLO COBRAN>>



1.14.- <<A S/. 100 POR CABEZA>>

GRAN JALE
Fueron en su partido mejor festejo de la
Bicentenario. ¿Por qué? **¡VAC!**

**"PORQUERÍA" ES POCO PARA
SHOW DE LAURA BOZZO** Carrión / C. de Bozzo

www.peru21.pe
Perú
.21
Precio: S/2.70
S/0.70

**ABIMAE Y LA
IPARRAGUIRRE
RECLAMAN
VISITA CONYUGAL**
Señaló: "¿qué y la pareja también habrían copias?" **¡VAC!**

Se demandó a entre atropello
¡TRQ!

**IMPLICAN A ESPOSA
DE PINKAS FLINT EN
EL CASO FEFER**

SBS reduce a comités de trabajo
¡TRQ!

**PONDRÁN FIN A
COBROS DE MÁS
EN CRÉDITOS**

100 S/100 CENTRAL DE RESERVA DEL PERÚ

**DIRIGENTES
DE LA CGTP
PIDEN CUOTA A
REINCORPORADOS
Y A INTERESADOS
EN NUEVA LISTA**

**A S/.100
por cabeza**

► Perú.21 detecta que en cuarto listado figuran cesados por falta grave.
► Defensoría del Pueblo ratifica que no avaló la lista. **¡VAC!**

**Certificado como
ESPECIALISTA EN
REDES CCNA**
Explotación y-40

**UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
DEL PERÚ**
CETIS
Instituto Tecnológico de la Universidad del Perú

**POCIBETE
LLAMANDO AL
111-1111
111-9999**

1.15.- <<EL METEPATA>>



1.16.- <<OBRAS POR VOTO>>

www.peru21.pe

Perú

.21

SEMI-SEMANAL

Publicación: 1.500

S/0,70

PERÚ, 11 DE NOVIEMBRE DE 2009

Injefe en la brevedad - MC. 16

Cayó 'Bolón'



El al Congreso - MC. 1

Aprista presentó proyecto para favorecer a Alas Peruanas

Este sábado - MC. 1

Juan Diego cantará con Magaly Solter y Pedro Suárez Vértiz

GUÍA PRÁCTICA DE SEXO

11.11.09

CASTAÑEDA PREPARA DESEMBALSE DE INAUGURACIONES PARA EL 2010

OBRAS POR VOTOS



> En un año electoral, la Municipalidad se apresta a ejecutar proyectos que los críticos consideran parte de campaña. **MC. 27**



ENCAJA EN LA VIDA UNIVERSITARIA

ESTUDIA - APRUEBA - INGRESA

Disfruta del 20 de Julio con los Polí Técnicos Lima 1 y más información en: www.cdp.edu.pe

Inicio de Clases: 16 NOVIEMBRE

Cepo-UTP

Perú - Universidad Tecnológica del Perú

Informes: 315 8888

1.17.- <<SE LA LLEVAN FÁCIL>>



1.18.- <<ALMA, CORAZÓN Y KINA>>



1.19.- <<CONTACTO EN PALACIO>>



1.20.- <<SE PONEN LAS PILAS>>

www.peru21.pe

Perú

.21

SECCION INCLUIDOS

Reserva 2.00

S/ 0.70

LEYES: 438, 439, 440, 441, 442, 443, 444, 445, 446, 447, 448, 449, 450, 451, 452, 453, 454, 455, 456, 457, 458, 459, 460, 461, 462, 463, 464, 465, 466, 467, 468, 469, 470, 471, 472, 473, 474, 475, 476, 477, 478, 479, 480, 481, 482, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 489, 490, 491, 492, 493, 494, 495, 496, 497, 498, 499, 500, 501, 502, 503, 504, 505, 506, 507, 508, 509, 510, 511, 512, 513, 514, 515, 516, 517, 518, 519, 520, 521, 522, 523, 524, 525, 526, 527, 528, 529, 530, 531, 532, 533, 534, 535, 536, 537, 538, 539, 540, 541, 542, 543, 544, 545, 546, 547, 548, 549, 550, 551, 552, 553, 554, 555, 556, 557, 558, 559, 560, 561, 562, 563, 564, 565, 566, 567, 568, 569, 570, 571, 572, 573, 574, 575, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 593, 594, 595, 596, 597, 598, 599, 600, 601, 602, 603, 604, 605, 606, 607, 608, 609, 610, 611, 612, 613, 614, 615, 616, 617, 618, 619, 620, 621, 622, 623, 624, 625, 626, 627, 628, 629, 630, 631, 632, 633, 634, 635, 636, 637, 638, 639, 640, 641, 642, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 649, 650, 651, 652, 653, 654, 655, 656, 657, 658, 659, 660, 661, 662, 663, 664, 665, 666, 667, 668, 669, 670, 671, 672, 673, 674, 675, 676, 677, 678, 679, 680, 681, 682, 683, 684, 685, 686, 687, 688, 689, 690, 691, 692, 693, 694, 695, 696, 697, 698, 699, 700, 701, 702, 703, 704, 705, 706, 707, 708, 709, 710, 711, 712, 713, 714, 715, 716, 717, 718, 719, 720, 721, 722, 723, 724, 725, 726, 727, 728, 729, 730, 731, 732, 733, 734, 735, 736, 737, 738, 739, 740, 741, 742, 743, 744, 745, 746, 747, 748, 749, 750, 751, 752, 753, 754, 755, 756, 757, 758, 759, 760, 761, 762, 763, 764, 765, 766, 767, 768, 769, 770, 771, 772, 773, 774, 775, 776, 777, 778, 779, 780, 781, 782, 783, 784, 785, 786, 787, 788, 789, 790, 791, 792, 793, 794, 795, 796, 797, 798, 799, 800, 801, 802, 803, 804, 805, 806, 807, 808, 809, 810, 811, 812, 813, 814, 815, 816, 817, 818, 819, 820, 821, 822, 823, 824, 825, 826, 827, 828, 829, 830, 831, 832, 833, 834, 835, 836, 837, 838, 839, 840, 841, 842, 843, 844, 845, 846, 847, 848, 849, 850, 851, 852, 853, 854, 855, 856, 857, 858, 859, 860, 861, 862, 863, 864, 865, 866, 867, 868, 869, 870, 871, 872, 873, 874, 875, 876, 877, 878, 879, 880, 881, 882, 883, 884, 885, 886, 887, 888, 889, 890, 891, 892, 893, 894, 895, 896, 897, 898, 899, 900, 901, 902, 903, 904, 905, 906, 907, 908, 909, 910, 911, 912, 913, 914, 915, 916, 917, 918, 919, 920, 921, 922, 923, 924, 925, 926, 927, 928, 929, 930, 931, 932, 933, 934, 935, 936, 937, 938, 939, 940, 941, 942, 943, 944, 945, 946, 947, 948, 949, 950, 951, 952, 953, 954, 955, 956, 957, 958, 959, 960, 961, 962, 963, 964, 965, 966, 967, 968, 969, 970, 971, 972, 973, 974, 975, 976, 977, 978, 979, 980, 981, 982, 983, 984, 985, 986, 987, 988, 989, 990, 991, 992, 993, 994, 995, 996, 997, 998, 999, 1000

SE PONEN LAS PILAS

GOBIERNO DISPONE COMPRA DE SISTEMA DE ALERTA DE TSUNAMIS




> También anuncian creación de programa nacional de prevención ante sismos.
> Identificarán las zonas vulnerables del país.

Dos muertos y decenas de heridos en protesta por desalojo en Piura

En Chile continúan réplicas, pero cesa el vandalismo

Gisela y Jorge Ferránd siguen negando romance

BCR frenaría caída del dólar. Ayer bajó hasta S/ 2.841

Más de 7 MILLONES

En IDAT el Monstruo es el MONSTRUO

Carreras Tecnológicas (Júnior)

Call Center 315-9606

IDAT

1.21.- <<FARC QUISO REVIVIR A SENDERO>>



1.22.- <<NEGOCIO REDONDO>>

3ME
SXTA
A A
EJECI
PON
25

DOMINGO

www.peru21.pe

Perú 21

PERÚ Y EL MUNDO

1,60

S/0,70

DOMINGO 20 DE JUNIO DE 2014

ENTREVISTA 25 PÁGS.

Con Paniagua y Toledo nos dieron una estocada

Mónica Ibarra, exfutbolista de la Selección femenina

¡SOLITA! **Gabriela García**

Valencia...

Política del 2

Castañeda cayó seis puntos, según encuesta de la Católica

Último senador nacional de intención directa presidencial

EL MUNDIAL DE LOS MILES DE MILLONES

NEGOCIO REDONDO

La FIFA estima ingresos por US\$3.200 millones.
 > 30.000 millones de personas ven la disputa por la Copa Mundial en todo el mundo. > Marcas pagan hasta US\$300 millones por contratos de exclusividad con la FIFA. > España es la selección más cara y está valorizada en US\$363 millones. PÁGS. 2 y 3

ESPECIAL MUNDIAL

MOCHILAS DE

BRASIL Y PARAGUAY SALEN A 'MATAR'

Sudamericano que terminará con la buena fecha

¡FUTBOL!

Holanda 2 - Argentina
 Austria 1 - Chile 1
 Colombia 2 - Argentina

Paraguay - Honduras
 Bolivia - Nueva Zelanda
 Brasil - Costa Rica

Estudia los cursos de mayor demanda laboral

ENSAMBLAJE Y REPARACIÓN DE COMPUTADORAS
 IT Essentials - Versión 4.0

TECNICO EN REDES CCENT DE CISCO
 Discovering 4.0

ESPECIALISTA EN REDES COMA
 Optimizing v4.0

CETIS

www.cetis.edu.pe

Av. Perú Thompson 118 - Correo de Lima

¡VACANTES!
 LLAMANDO AL
 315-3696
 O al
 230*4097

1.23.- <<DÓLAR SE CAE>>



1.24.- <<LUZ VERDE>>



1.25.- <<IGV SUBE AL 18%>>



1.26.- <<DOCDE VITA>>



1.27.- <<SERÁ UNO DE ELLOS>>



1.28.- <<LA CONEXIÓN CHÁVEZ>>



1.29.- <<SE LAVAN LAS MANOS>>



1.30.- <<ES LA JEFA>>

ALISTAN PROYECTO DE ALQUILER VENTA DE VIVIENDAS PARA PAGAR EN 40 AÑOS PÁG. 9

Perú 21
VIERNES, 18 DE NOVIEMBRE DE 2011
AÑO IX - Nº 1377
www.peru21.pe
CIRCULACIÓN: PÉREZ DU BOIS
NUESTRO PRECIO: S/ 0,70

ANTROPÓLOGO
DICE QUE SERÍA UN EXTRATERRESTRE
Hallan extraña momia en el Cusco
PÁG. 18

INAUDITO
Policías jugaban fútbol con narcos fuera de penal
PÁG. 16

MIS FINANZAS
Consejos de Dionisio Romero a los emprendedores
PÁG. 10

AUTOS 21
Mercedes Benz CLS 63 AMG
PÁG. 21

ENTREVISTA 21
"Hay hombres que no soportan que su pareja sea exitosa"
PÁGS. 14 Y 15
MARINA BUSTAMANTE, GALARDONADA POR EMPRENDEDORA

HOY
ENVIÓ OFICIO A MINISTRO PIDIENDO INFORME
ES LA JEFA

► Titular de Energía dispuso que se respondiera requerimiento de Nadine Heredia. ► Palacio dice que solo se corrió traslado de un documento. ► Oposición pide que se sincere actuación de primera dama. PÁGS. 2 Y 3

COMIENZA CON NOSOTROS TU CARRERA AL FUTURO
CARRERAS: INGENIERÍAS, GESTIÓN Y HUMANIDADES
Call Center: 315-9666
12 DICIEMBRE CICLO INTENSIVO
turnos: mañana y noche
CAMPUS UNIVERSITARIO UTP
Español Av. 28 de Julio con Av. Perú 15001
e-mail: copre@utp.edu.pe / www.utp.edu.pe

1.31.- <<PAPELÓN>>

Perú 21

MARTEL 2008
MARTES 2013
ANEXO Nº 2500

www.peru21.pe

PRECIO: S/ 0,70

HOY Sexto fascículo

S/0.30 + cupón

HIJOS CREATIVOS

CANCILLER CANCELA LLEGADA DE FRAGATA INGLESA TRAS CRÍTICAS EN ARGENTINA

Nave iba a realizar corta visita al Perú y a última hora le dijeron que no. Roncagliolo intentó culpar a británicos de cancelación, pero Embajada del Reino Unido lo desmintió. PÁG. 6

PERO EN MADRE DE DIOS LEVANTARON PARO

Mineros ilegales siguen con bloqueos

HASTA CUÁNDO

Alianza pierde puntos por no pagar

PÁG. 81

EN FRANCIA

Mueren tres niñas y profesor en tiroteo en colegio judío

PÁG. 13

MIS FINANZAS

No pierda su trabajo por culpa del estrés

PÁG. 13

SU FAMILIA NO HABRÍA PAGADO RESCATE

Secuestradores de contadora habrían sido identificados

PÁG. 16

PAPELÓN

HAZ REALIDAD TUS SUEÑOS EN INGENIERÍA Y TECNOLOGÍA

CON EL GENIO TECNOLÓGICO

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ

www.utp.edu.pe www.geniotecnologico.com

EXAMEN DE ADMISIÓN **25 MARZO**

INFORMES: 315-8666

FALTAN 5 DÍAS

1.32.- <<VIOLADOR>>

HOY OPORTUNIDADES DE EMPLEO EN APTITUS

Perú 21
LUNES, 14 DE MAYO DE 2012
AÑO 18 - Nº 8066
www.peru21.pe
DIRECTOR: PABLO BARRERA
VOLUMEN: S/ 0,70

ENTREVISTA A RADAMEL FALCAO

"Ante Perú no podemos fallar"
PÁG. 18

A 'MARAMBUTA'
Policia recaptura al peligroso 'Gringasho'
PÁG. 18

LEGO AMOCHE
Humala evalúa reemplazo de ministros
PÁG. 9

BIENES DAVY
El hombre delicado
PÁG. 13

CONGRESISTA WALTER ACHA DENUNCIADO POR ABUSO SEXUAL

VIOLADOR

> Su extrabajadora lo acusa de haberla dopado y ultrajado, dejándola embarazada. > Legislador de Gana Perú quiso sorprender a la opinión pública al sostener que era víctima de extorsión. PÁG. 2 Y 3

COMIENZA CON NOSOTROS TU CARRERA AL FUTURO

Empieza a vivir la carrera universitaria en el CEPRE UTE porque tu futuro comienza cuando decides que quieres ser profesional. CEPRE UTE Centro Pre-Universitario

14 MAYO
DÍA DE LA INDEPENDENCIA
Horario: mañana y noche

CEPRE UTE - CENTRO PRE-UNIVERSITARIO
Calle 14 de Mayo 1400, Lima 18100
Teléfono: 315-9666

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ

CEPRE UTE - CENTRO PRE-UNIVERSITARIO
Calle 14 de Mayo 1400, Lima 18100
Teléfono: 315-9666

1.33.- <<ATROPELLO>>

Polémica elección del nuevo jefe del Ejército

Caen tres bandas que prostituían a menores

Dólar continuará al alza la próxima semana

Perú 21

VIENNA, 30 DE ABRIL DE 2012

www.peru21.pe

HOY

VIENNA, 30 DE ABRIL DE 2012

S/. 0,70

AL DESCUBIERTO FALSA CITACIÓN

DISPUESTA POR LOS PRESUNTOS DELITO CONTRA LA LIBERTAD - DELITO INFORMÁTICO Y DELITO CONTRA LA LIBERTAD - LAS CORRESPONDENCIAS, EN AGRAVIO DEL MINCETUR.

02 DE MAYO 2012 HORA: 11:30

DEBIENDO TRAER CONSIGO DOCUMENTOS QUE SEA CONVENIENTE. ASIMISMO, LE ASISTE EL DERECHO DE SER ASESORADO POR UN ABOGADO DE SU ELECCIÓN.

Lima, 30 de Abril del 2012.

FECHA: 30/04/12

HORA: 17:10

EL INSTRUCTOR

INTERADO: ROSARIO SANDOVAL GONZALEZ

91466807

JEFE DE DEPARTAMENTO

POLICIA NACIONAL D -

OP. TENDRIZO

JOVANCARDIO POZO

ATROPELLO

> Orden de arresto de editora de Perú21 Gina Sandoval Cervantes pretende sustentarse en documento policial que tiene firma falsa, un nombre inexistente y el DNI de un hombre muerto. > Pág. 2 y 3

COMIENZA CON NOSOTROS TU CARRERA AL FUTURO

Cepre UTP

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ

11 JUNIO

COMIENZA EL 11 DE JUNIO

315-9666

Facebook

1.34.- <<POR LAS NUBES>>

HOY S/3
+ cupón

CÓMIC IRON MAN
Todos los miércoles

SEXO.21 SEXO TÁNTRICO

PÁG. 21

Perú 21

MIÉRCOLES, 20 DE JUNIO DE 2012
AMERICA - N° 1061

www.peru21.pe

UNICIÓN PÉTE DA/946

MAQUETA LIT S/ 0,70

REPURCO QUEKKERO

A Paolo lo quieren en el Napoli

PÁG. 21

EN CAÍDA LIBRE

Dólar bajó hasta S/2.638

PÁG. 18

IMITAN VIDEOJUEGOS

Violencia en juegos juveniles va en aumento

PÁG. 28

MEDICAMENTOS SUBIRÍAN HASTA 30% CON PROYECTO DE ABUGATTÁS

POR LAS NUBES



> Ley favorecería a laboratorios locales y encarecería productos importados. PÁGS. 2 Y 3

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ
la primera en ingeniería y negocios

Estadísticas Crecen en Tecnología con mayor demanda laboral

ADMINISTRACIÓN DE LINUX
Explotar recursos de servidores de red en el sistema

ORACLE DATABASE 11g SQL Fundamentals I
Manipulación de datos y construcción de queries para una base de datos

CETIS

inscríbete llamando al
TIF.3159696 ó Nx.130*4097
www.cetis.com.pe

CETIS UTP

inscríbete llamando al
TIF.3159696 ó Nx.130*4097
www.cetis.com.pe

CETIS UTP

inscríbete llamando al
TIF.3159696 ó Nx.130*4097
www.cetis.com.pe

CAMPUS UTP: Bos. de 28 de julio con Av. Pate Thomson - Lima 1 / e-mail: info@cetis.utp.edu.pe

1.35.- <<PLATA PERDIDA>>

HOY **S/.3.00** **CÓMIC** **LOS VENGADORES 3**

Peru 21
AMERICAN 1.14
AGOSTO DE 2012
AÑO XX - Nº 2644
www.peru21.pe
DIRECTOR: FRIEDRICH
VIA Rápida 1.00
S/. 0,70

PRECISAN ANUNCIO DE NUMALA

Seguro contra el cáncer solo será para afiliados al SIS
PÁG. 14

EMBAJADORAMIENTO
Taxistas están perdidos
PÁG. 20

MIS FINANZAS
Sepa cuánto paga por impuesto a la renta
PÁG. 22

SEXO. 21
Ya tenemos el punto C
PÁG. 23

MÁS DE S/.400 MILLONES SE VAN AL AGUA CON EL FIN DE LA CARRERA MAGISTERIAL

PLATA PERDIDA

Suma se invirtió desde 2008 en la implementación del programa.
Cuestionan fin de herramienta que alentaba la calidad educativa. PÁG. 5

ESTUDIA LOS cursos en tecnología

ESPECIALISTA EN REDES CCNA
Switching - Routing - Wireless
CETIS
CAMPUS UTF - Av. Pate Trévan 515 - Lima 1 / e-mail: info@ceit.edu.pe

ORACLE DATABASE 11g SQL Fundamentals I
Manipulación de datos y consultas de objetos para una Base de Datos.
CETIS
CAMPUS UTF - Av. Pate Trévan 515 - Lima 1 / e-mail: info@ceit.edu.pe

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ
Proyecto Remando al
TEL. 3150606 ó Ns. 130-4097
www.cetis.com.pe

1.36.- <<PICO A PICO>>

HOY



**RECORTA CUPÓN
PARA SORTEO DE
TRES CAMIONETAS**

COMISIÓN DE INDEBIDOS
Fujimori se considera un
preso político e inocente
PÁG. 11

CASAMARCA
Asesinan a profesor
frente a sus alumnos
PÁG. 20

DOMINGO

Perú
21

DOMINGO 10 DE
AGOSTO DE 2014
AUSIC 100 1000

www.peru21.pe

DIRECCIÓN: **PROTECCIÓN**

VIA AEREA S/60

S/. 0,70

**MILES DE AMBULANTES
INVADEN CENTRO DE LIMA**



FACT: 2



CLAUDIO PIZARRO
"Mi sueño es
llegar al
Mundial"

PÁG. 25



CUBRA 21
PAGE 19 Y 14
**Aida
Martinez**

**OLLANTA HUMALA Y ALAN GARCÍA SE
TRENZAN EN CRUCE DE PALABRAS**

**PICO
A
PICO**

PÁG. 8

"Los sinvergüenzas
ya empezaron la
campana electoral".

"No insulte, gobierne bien.
Un militar que se queda en
el poder quiebra al país".

**ESTUDIA LOS
CURSOS EN
tecnología**

CON AMPLIA COBERTURA LINGÜÍSTICA

**ORACLE DATABASE 11g
SQL Fundamentals I**

Manejo de datos y creación de tablas y vistas

**TÉCNICO EN
REDES CCENT**

Implementación de redes para
pequeñas y medianas empresas

**ESPECIALISTA EN
REDES CCNA**

Switching, Routing, Wireless

**UNIVERSIDAD
TECNOLÓGICA
DEL PERÚ**

www.cetis.edu.pe

Dirección: Av. Pardo Thomas #215 y #381 (Torre N°2 Piso 11) - Cercado de Lima.
#Informes: 011 594 96 00 o RUC: 9946943811 - 9946949002 / e-mail: info@cursoes@unp.edu.pe

1.37.- <<NO AVANZA>>

TODOS LOS MARTES

APTUS

ENCUENTRA LAS OPORTUNIDADES DE TRABAJO QUE ESPERABAS

HOY. RECORTE CUPÓN PARA SORTEO DE 3 CAMIONETAS

PÁG. 18

MAGALY MEDINA

Le da consejos a su 'comadre' Gisela

PÁG. 27

Perú 21

www.peru21.pe

VALERIA LLO

S/. 0,70

EL SAN SON MEMORIAS

Se eleva la tasa de suicidios

PÁG. 16

GOBIERNO RETROCEDE

Retiran el jueves 29 como día feriado para sector público

PÁG. 17

REFORMA DEL TRANSPORTE ESTÁ PARALIZADA

NO AVANZA

> Siguen circulando combis y microbuses chatarra con más de 30 años de antigüedad. > Alcaldesa admite que al final de su gestión solo se llegará a la mitad del programa. PÁGS. 2 Y 3

SÁBADO SE TRINCA LA LUMBRELLA

Garcilaso-Alianza y 'U'-Cienciano rompen fuegos

PÁG. 25

MED FINANZAS

Sáqueles el jugo a las 'vacas flacas'

PÁG. 11

MEJORES DEL OFICIALIZADO

Los extraños vínculos de Gana Perú con la minería ilegal

PÁG. 8

Yo soy planificación y resultados

Yo soy Administración

Yo soy IDAT

Calidad en la enseñanza Tecnológica

www.yosoyidat.com

www.idat.edu.pe

Call center: 315 9669

1.38.- <<CELEBRA>>

PERÚ 21
VALOR S/ 0,70

PERO NINGA ROMANCE
Tilsa se sigue luciendo con el modelo brasileño Rafael Cardoso PÁG. 28

HOY. RECORTE CUPÓN PARA SORTEO DE 3 CAMIONETAS
PÁG. 25

MILES RECLAMAN POR ABUSO
Negociado de fotopapeletas con letreros fantasmas PÁGS. 2 Y 3

PODER JUDICIAL FALLA A FAVOR DE GARCÍA Y ANULA LO ACTUADO POR MEGACOMISIÓN

CELEBRA
 > Consideró que se violentó su derecho al debido proceso.
 > Comisión apelará resolución PÁG. 5

ÚNICA CUARTA REELECCIÓN
Burga se entornilla
PÁG. 29

EN ABACUCIO
Fiscalía investigará a exobispo por pedofilia
PÁG. 18

LAVADO DE ACTIVOS
Toledo pasa de testigo a investigado
PÁG. 6

APRENDE EN EL CEPRE-UTP lo que te faltó conocer en el cole
INSCRÍBETE HOY MISMO Y TENDRÁS UN ESPACIO EN LA UNIVERSIDAD

CEPRE-UTP
Centro Peruvian de Estudios Tecnológicos y Profesionales
www.cepre-utp.com

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ
www.utp.edu.pe

Inicio: 30 SETIEMBRE
CICLO ESPECIAL
Tecnología y Gestión

Call Center 315-9566

1.39.- <<¿SALIÓ DE LA BASE?>>



1.40.- <<A PUERTA CERRADA>>

RECORTA CUPÓN PARA SORTEO Camioneta, viaje para 4 personas y US\$1,000 PÁG. 18

Perú 21
 DIRECTOR GENERAL: JUAN JOSÉ GUERRERO
 VÍA AEREA 1.000 S/ 0,70

ROBARON AUTOS EN SU SITIO
 Balacera en San Isidro por asalto de 'marcas' PÁG. 16

DEMUESTRAS SERÁ DEMOIZADO
 Tres días más tomará sofocar incendio en La Victoria PÁG. 17

GOLRÓ 6-1 AL CELTIC
 Neymar brilló con Barcelona PÁG. 22

HOY GRATIS
 Calendario 2014: julio-agosto

FOR SU AUDACIA Y REFORMAS
 Revista Time elige al Papa como personaje del año PÁG. 12

COMISIÓN DE CASO LÓPEZ MENESES DECIDIÓ SESIONAR EN RESERVA

A PUERTA CERRADA

► Periodista Cecilia Valenzuela dio detalles de su investigación aún no publicados. ► Congresistas citarán a ministro de Justicia y a jefe del INPE por desaparición de registro de visitas a penal San Jorge. PÁGS. 2 Y 3

CURSO DE ESPECIALIZACIÓN DEL AGENTE INMOBILIARIO
 Especialista, certifique y logra el éxito en corto tiempo.

• Duración: 3 meses
 • Frecuencia: Lunes, miércoles y viernes
 • Horario: De 6:30 pm a 10:30 pm

T: 325 9600 | admision@utp.edu.pe

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ
 INICIO DE CLASES 6:00 PM INSCRIPCIONES ABIERTAS

1.41.- <<GABRIEL GARCÍA MÁRQUEZ 1927-2014>>

**HOY
EL OTORONGO**
COME SUCO, DUSAME BLEN
E MINCA COMO NINGUNO

COMISIÓN DE DEFENSA
Investigarán el traslado de
14 mil armas a cuartel PÁG. 6

LA SALSA ESTÁ DE DUELO
Fallece Cheo Feliciano
en accidente PÁG. 24

Perú
21
VIERNES 19 DE ABRIL
2014
AÑO XXVIII N.º 1444
www.peru21.pe
DIRECCIÓN GENERAL:
JUAN JOSÉ GARCÍA

**GABRIEL
GARCÍA
MÁRQUEZ**
1927-2014

"Muchos años después, frente al pelotón de fusilamiento, el coronel Aureliano Buendía había de recordar aquella tarde remota en que su padre lo llevó a conocer el hielo". Porque las estirpes condenadas a cien años de soledad no tienen una segunda oportunidad sobre la tierra. "Uno no es de ninguna parte mientras no tenga un muerto bajo la tierra". El día que a las 5:30 de la mañana para esperar el buque en lo que uno vivió, sino que lo que recuerda, y por amor se aprende. "Se sintió puro, explícito, inventado". "La memoria del corazón elimina los malos recuerdos y magnifica los buenos". "También el amor se aprende". Santiago Nasar se levantó a las 5:30 de la mañana para esperar el obispo. "La vida no se cuenta para contarla". "También en el momento de responder: magnifica los buenos, y gracias a Dios, las estirpes condenadas a cien años de soledad".

@Peru21pe Peru21

UAP UNIVERSIDAD ALAS PERUANAS
DUEO
Dirección: Universidad de Trujillo y Chiclayo

ESTUDIA: **TURISMO, HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA**
en nuestra **MODALIDAD VIRTUAL**
Ingresa al sitio web de la UAP y descubre la modalidad virtual de la UAP

Escuela de Administración
20 DE ABRIL
Llamados: 144, Sin cobro, 422-1808
Email: adm@uap.edu.pe
www.uap.edu.pe

1.42.- <<LOS HOMBRES DEL PRESIDENTE>>



1.43.- <<PASO AL COSTADO>>

HOY PERÚ21 LE REGALA UNA CAMIONETA. RECORTE CUPÓN

Perú 21
REVISTA EN EL MAYO
DEL 2011
www.peru21.pe
DIRECTOR GENERAL: JUAN JOSÉ GARCÍA
VIAJES: S/. 0,00

ALERTA DE EXPERTOS
“Existen las condiciones para un Niño severo”
PÁG. 16

HOY CD PEDRO SÁNCHEZ VERDE
PONERME A VOLAR
S/. 15 + cupón

COBERTURA EN TV Y RADIO
Guía para ver y escuchar el Mundial
PÁG. 24

ANTECEDENTES DE EMPRESA IMPOSICIONADA
Interoil tenía un rosario de irregularidades
PÁG. 8

CONGRESISTAS EXIGEN A CÉSAR ÁLVAREZ QUE DEJE EL CARGO MIENTRAS DURAN LAS INVESTIGACIONES

PASO AL COSTADO

> Fiscalía decidiría la próxima semana si incluye en su investigación a toda la red criminal denunciada por la Procuraduría Anticorrupción. PÁGS. 2 Y 3

1.44.- <<ESTAMOS VOLVIENDO AL CHAVISMO>>



1.45.- <<DOBLE CARA>>



1.46.- <<DEFRAUDÓ POR S/. 564 MILLONES>>

HOY
RECORTA CUPÓN PARA SORTEO DE SUELDO EXTRA DE S/1,500 MENSUALES PÁG. 23

Perú 21
www.peru21.pe
DIRECTOR GENERAL: RAMÓN GARCÍA
VIAJERÍA 1.00 S/. 0,70

ENTREVISTA A CANCELLER GONZALO GUTIÉRREZ
"Nos preocupa la situación en Venezuela" PÁGS. 14 Y 15

**EXCLUSIVO
INFORME
PRELIMINAR
DE LA
COMISIÓN
ORELLANA**

**DEFRAUDÓ POR
S/. 564
MILLONES**

ANTE RACING A LAS 6 P.M. EN EL NACIONAL
Cristal sale a repetir el plato
PÁG. 22

ENTREVISTA CON RAPHAEL
"Mi retiro está descartado"
PÁG. 26

MIS FINANZAS
Cómo pagar el impuesto a la renta
PÁG. 11

CUPÓN 2

> Grupo pedirá 120 días más de investigación.
> Pleno debate este jueves.
PÁG. 2

@Peru21.pe | Peru21

1.47.- <<RASTREO VIENE DE LEJOS>>

HOY
CUPÓN PARA SORTEO DE SUELDO EXTRA DE S/1,500 MENSUALES PÁG. 21

Perú 21
www.peru21.pe

Senamhi no descarta más huaicos PÁG. 14

chekeche
Guía urbana

ESPIONAJE A PERSONAJES PÚBLICOS SE REMONTA A GOBIERNO DE TOLEDO

RASTREO VIENE DE LEJOS

➤ Gestión aprista buscó información sobre pareja de **Alan García**. PÁGS. 2 Y 3

12 Domingo de abril
De 8:00 a.m. a 1:00 p.m.
(02) 417-8132

Infórmese y participe
www.onpe.gob.pe

ONPE
Asesorar que tu voto cuente

Elección de los Consejeros del Consejo Nacional de la Magistratura, Titular y Suplente, por los miembros de los Colegios de Abogados
Período 2018-2020

@Peru21pe | Peru21

1.48.- <<EN SU LABERINTO>>



1.49.- <<PATEA LA 'GRATI'>>

MAÑANA PERÚ21 TE REGALA FIGURITAS DEL ÁLBUM INTENSAMENTE

Perú 21
www.peru21.pe
DIRECCIÓN: JOSÉ GARCÍA
VENDEDOR: S/ 0,70

Menores cobraron S/500 por asesinato
PÁG. 16

ANTES HUBO BRONCA EN CONSEJO DIRECTIVO
Congreso desafora a Alejandro Yovera PÁG. 5

COPA AMÉRICA CHILE 2015
Argentina le ganó una guerra a Uruguay

COPA AMÉRICA CHILE 2015
'Kun' GARRA

PATEA LA 'GRATI'
EJECUTIVO QUIERE EXONERACIÓN SOLO PARA 2015

Presidente Humala observa y devuelve proyecto al Congreso.
PÁG. 2

OTINKA
Juega a Milonaria

HOY Miércoles

S/ 6'900,000

¡Juega solo para premios naturales después de 15 años! El juego se otorga a los jugadores y a los jugadores del juego. El juego se otorga a los jugadores y a los jugadores del juego.

@Peru21pe **fPeru21**

1.50.- <<PERDIMOS US\$ 67,203 MILLONES>>



2.- INFORME SOBRE LA PRENSA ACTUAL EN EL PERÚ EN BASE A ENTREVISTAS DE PROFUNDIDAD Y SEMI-ESTRUCTURADAS

El discurso en la prensa política peruana se ha convertido desde hace unos años en un lenguaje tendencioso y en algunos casos hasta virulento, ya que algunos diarios manejan elementos de lectura semiótica anti-estado dentro de su composiciones de sus caratulas informativas; por lo tanto este proceso de significación hace que el contexto noticioso parezca contener simbologías de enfrentamiento y fricción entre el medio social y el gobierno de turno, al punto de interpretarlo como una cuestión de máxima urgencia. No obstante, estas estructuras semiológicas no corresponden estrictamente a la realidad sino que obedecen a ideologías más generales relacionadas a conceptos del poder en cuanto a mediatización de los medios, y al mismo tiempo a temas económicos, como son la venta de noticias. En cualquiera de las plataformas que connotan tales contextos, éstas se realizan a través de <<destapes informativos de corrupción>> de los cuales muchos de ellos, sólo <<son hechos de presunción>>. Por lo tanto, mediante esta deducción se establece que el periodismo peruano en general, en cierta medida, ha evolucionado en cuanto a su poder como institución pero que al mismo tiempo ha desmerecido la calidad en sus informaciones, constituyéndose éstas como <<cortinas de humo>> de casi todos los días, en función del espectáculo.

Es necesario mencionar que estas formas de pensamiento se relacionan también con un elemento axiológico excluyente a estos mecanismos y formas de poder mencionados, dado que se remite a una suerte de reposición moral post-gobierno fujimorista, ya que antes del término de esa administración, la prensa estaba subyugada a los requerimientos del gobierno de ese entonces como consecuencia de la compra de sus líneas editoriales, de ahí que en la actualidad la prensa contenga una ideología muy fuerte en cuanto a denuncias sobre corrupción.

En este sentido, la concertación de medios pone un punto cuestionable sobre su función real ya que tiene un efecto negativo en la pluralidad informativa y que por tanto, establece bloques de cognición social obligatorios en su aprehensión. De esta manera, la información

se resume en un solo mensaje, en una sola perspectiva, la misma que está lexicalizada según intereses políticos de esta unión de empresas informativas.

En este sentido, según el artículo 61 de la constitución peruana, señala que los medios de comunicación “no pueden ser objeto de exclusividad, monopolio ni acaparamiento, directa ni indirectamente”, por tanto lo que el <<el grupo ‘El Comercio’>> está realizando desde algunos años es ir contra la ley que ampara su pluralidad informativa.

En ese sentido, el 21 de noviembre del 2013, un grupo de ocho periodistas demandaron al grupo corporativo ante la Corte Constitucional de la Corte de Justicia en Lima, en un intento de que sigan mermando la pluralidad de ideas, las mismas que son necesarias para el régimen y vida democrática de los propios ciudadanos. En esa demanda, figura que “el juez deberá tener presente a lo largo del proceso que este es un debate entre la pluralidad y la diversidad frente a la concentración y el acaparamiento. En otras palabras, entre la democracia y el totalitarismo informativo”.

La demanda es contra las empresas Editora El Comercio, Servicios Especiales de Edición y los hermanos Agois- Banchemo, accionistas de EPENSA, de los que hasta ese entonces tenían en su poder el 54% de las acciones en el sector de medios impresos y comercialización. Entre los periodistas demandantes figuran, el primer director del diario, objeto de esta investigación, Augusto Álvarez Rodrich, director ahora de un medio informativo en la Tv, Enrique Zileri Gibson, reconocido periodista ya fallecido hace un año quien fuera director fundador de la revista Caretas, Luz Helquer Seminario, directora del diario ‘El Tiempo’ de Piura, Gustavo Mohme Seminario, director del diario ‘La República; además de Fernando Valencia Osorio, director de Diario 16, Miroslav Lauer Holoubek, Rosa María Palacios Mc Bride y Mario Saavedra-Pinón Castillo.

Por consiguiente, no es nada cuestionable los riesgos que este tema implica no sólo a la esencia de la prensa, sino a la forma y estilo de las relaciones medio-gobierno y por ende también con los mismo ciudadanos dentro de un contexto cívico social, político.

En este sentido, se propone a continuación la lectura de dos entrevistas que han conllevado

al enfoque de esta introducción porque sus pareceres de estos dos periodistas delimitan de manera atributiva el contexto periodístico y social de la prensa peruana en general. En este sentido, Jennifer Cerecida Blas -co-conductora del telediario del canal 7 del estado- y Enrique Chávez, co-conductor también del mismo telediario y sub-editor de una las revistas políticas más importantes del medio, ‘Caretas’, manifiestan sus opiniones más objetivas sobre la realidad actual de los medios.

Entrevista a Jennifer Cerecida (Periodista y Co-conductora del telediario de canal 7 del estado)

1.- ¿Cómo has visto la prensa desde que comenzaste a trabajar en el medio hasta la actualidad, crees que ha evolucionado o ha degradado en algunas cosas?

“Bueno, en principio, el periodismo en el país, digamos que sí, se ha convertido cada vez más en ese llamado cuarto poder del que se hace alusión cuando uno estudia en la universidad. Si anteriormente se pensaba que había una influencia, creo que en estos últimos años ha tomado una relevancia mucho más importante en el sentido de marcar la agenda periodística y la agenda política. Podemos ver que en los medios de comunicación, tanto en prensa como en Tv con sus constantes destapes, marca un poco incluso hasta el derrotero de lo que se está ventilando en las actuales comisiones del Congreso de la República. Ahora hay un interés público en definitiva, de que la gente conozca qué cosa están haciendo sus autoridades, sus principales funcionarios públicos, pero digamos que los <<últimos destapes>> que están sacando los medios de comunicación, en especial en la <<prensa escrita>>, de alguna manera está distrayendo, colocando el foco de atención en estos <<destapes>> que muchas veces <<son actos de presunción de corrupción>> que en las cosas que realmente le deberían interesar al peruano de a pie, como el tema de qué se está haciendo por la economía, cómo se está desarrollando en el tema de los mercados internos-externos, cómo se está desarrollando en la educación, entonces esos temas prioritarios e importantes que le interesarían a cualquier persona de un país, ha pasado a un segundo plano para que lo más importante sea este quehacer político. Por ejemplo: los destapes de corrupción, los malos manejos de algunos funcionarios, el poder de facto que se le atañe a la esposa de Presidente, estos enfrentamientos que hay entre las agrupaciones

políticas, las actividades ilícitas que hacen para conseguir dinero para las agrupaciones políticas, todo esto forma ahora las cosas más importantes de los cuales los medios de comunicación nos estamos preocupando y no de las cosas que realmente deberíamos de hablar y eso lo vemos con mayor precisión justamente en la campaña pre-electoral donde la prensa va jugar un papel medular. Y si hablamos incluso de la prensa, en efecto hay como una concertación de medios y esta concertación de medios tienen una línea y seguramente ya tiene algún candidato y conforme se va acercándose el mes electoral, vamos ver incluso, cómo es que se va marcar la agenda mucho más clara, vamos a ver abiertamente que algunos medios de comunicación van ir a favor de un candidato y otros; pero en conclusión, sí ha cambiado la prensa en el Perú y está jugando una importancia cual poder, ya que puede cambiar la agenda y no sé si hasta tumbar un gobierno pero sí ya se llevado gabinetes ministeriales. Entonces, la prensa ha evolucionado en el sentido que tiene poder como medio de comunicación...

2.-...entonces por un lado ha evolucionado, pero por otro no...

Claro, además ahora se habla de <<la magalización de la política>>, es decir la noticia como espectáculo, ahora tú ves en estas portadas donde las noticias salen en recuadros pequeños, información irrelevante como si a un político se cayó o se le salió el zapato y levantan la noticia por ese lado, entonces en ese sentido creo que se ha degradado; a esto le agregamos que en los debates políticos que se realizan, los periodistas que ya no sólo informan y hacen análisis sino que también opinan y en sus opiniones se leen palabras muy críticas y ahí se degradan, porque hay opiniones con críticas muy subjetivas; por tanto ahora hay periodistas que son mercenarios políticos, que se están robando funciones que no les compete.

3.- Mario Vargas Llosa escribió un libro que se llama, ‘la civilización del espectáculo y que tiene ver un poco con la <<magalización>> de lo que mencionas, que todo se está volviendo espectáculo en muchos ámbitos y que se relaciona también con lo que estamos globalizados más allá de lo que el personaje de Magaly Medina ha significado en el país...

“Digamos que es un todo no? Si haces un análisis antropológico, es un poco como cómo estamos llevando la vida los seres humanos, ya no hay una profundidad y esta llamada

globalización, que tiene efectos positivos, nos está llevando por un lado, a tener una carrera más rápida en la vida, todo ya no es profundo, estamos haciendo más cosas en el tiempo, entonces no te da el tiempo para abocarte sobre todas las cosas que están pasando. Por tanto, la gente opina de manera mucho más ligera, incluso los mismos periodistas no tenemos tiempo para informarnos de lo que está pasando y me gustaría poder informarme de más cosas, de ahí que también mis opiniones pueden ser más ligeras. Por tanto, los periodistas no tienen el tiempo para digerir todas las noticias que tienes y muchas de esos detalles no te permiten a cabalidad de lo que tienes que informar y te quedas en el show, en el espectáculo y eso no suma, no va aporta porque te quedas en el cotilleo, en la bulla de los políticos, en la opinión de la noticia y por lo tanto analizas poco. En sentido, creo que muchos medios de comunicación impresos se dan cuenta de esa necesidad urgente de estas épocas y ahora es que hay mucho más periodismo interpretativo, yo creo que ahora la sociedad te pide avanzar con mucha rapidez y digerir la información por el lector.

4.- En ese sentido, ya que has mencionado todos estos detalles, el periodismo en general se ha vuelto más tendencioso en estos últimos años...

Sí yo creo que sí, como la gente no tiene mucho tiempo de hasta formular sus mismos juicios de valor y de opinión, yo creo que el periodista se está robando su trabajo y es por eso que vemos más columnas de opinión, es más los periodistas del telediario también tenemos que opinar cuando muchas veces en este espacio sólo se debería informar y dar todas las aristas de una noticia para que al final el televidente sea quien saque sus juicios de valor, sin embargo, eso no así, es por eso que tenemos que opinar, pero es porque el televidente también te lo exige, y es más muchos de los televidentes, los lectores siguen a muchos periodistas que son líderes de opinión justamente porque comulgan con sus ideas, es por eso que los buscan, lo siguen y se establece una especie de fidelización aunque se cambien de medios, se vayan de un canal a otro, de un diario a otro periódico. En este sentido, en nuestro país hay muchos líderes de opinión que se han hecho nombre y no solamente por lo que ellos opinan si no que digamos -polémicos o no-, se genera una empatía con la población y con el público. Digamos que el televidente está buscando un poco más y el periodista está aprovechando ese nuevo campo que el lector, el televidente requiere. Es por eso que muchos líderes de opinión en prensa terminan siendo no sólo

periodistas sino hasta políticos. En lo personal y como periodista, yo sé que no me puedo aventurar a formular una opinión, ni siquiera la más pequeña ya sea de cualquier hecho, ya que decirlo en un medio de comunicación tiene un impacto y eso implica una mayor responsabilidad para los que estamos dando la cara al frente de un medio de comunicación; y valgan verdades, nosotros recibimos comunicación de los televidentes todos los días y la gente asume que lo tú estás diciendo es verdad, entonces eso es una responsabilidad muy grande y para eso hay que prepararse bastante.

5.- Ya que mencionas esos aspectos, ¿tú crees que entre la objetividad y subjetividad tiene una línea muy delgada?

Sí, definitivamente, hay momentos en los cuales esa línea se desdibuja, quiero decir que toda objetividad va estar salpicado por tu propia subjetividad, ya que ante todo eres un humano con tu propia *background*, con tus propias experiencias en relación a esa noticia. Por tanto, creo que la objetividad consiste en procurar dar al televidente o al lector, todos los puntos de vista de esa noticia para que ellos puedan formular sus juicios de valor. Si tú haces la salvedad de que esa es tu opinión en el momento de que lanzas una manifestación subjetiva, entonces estarás siendo responsable al momento de decirlo. Entonces hablar de objetividad y subjetividad me parece medio utópico, porque para comenzar, a nivel macro los medios de comunicación tienen ya una línea marcada; es más no nos engañemos, el lector, televidente u oyente que lee o sintoniza cualquier medio de comunicación sabe cuál es la línea editorial, por tanto sabe qué tipo de información va consumir. Entonces, claro, entre objetividad y subjetividad hay una línea tan delgada, por tanto, la subjetividad es tan inherente al hombre que es el periodista que no deja de ser hombre.

6.- Esto proceso y *feedback* tiene que ver un poco con el método del *Framing*, que te mencioné antes, es decir mediante esta suerte de filtro se establecen los acercamientos entre la objetividad y subjetividad y que por tanto, nunca hay una información completamente objetiva.

Sí, y en las portadas de los diarios, se ve la tendencia de cada uno de ellos tan marcada, por ejemplo, la portada del ‘Diario 1’, es abiertamente anti-aprista, casi siempre sacan al personaje de Alan García que ya no es Presidente hace cuatro años pero ponen su rostro o

con algo que tenga que ver con él, pero de una forma crítica; otro diario por ejemplo es 'Perú21' que casi siempre ponen a Nadine Heredia bajo esa misma figura, entonces en sus mismas portadas te venden sus editoriales de manera muy subjetivas. Otra muestra, las tienen también en los titulares de los diarios deportivos que son tan creativos porque hacen metáforas, juegan con la fotografía y también trabajan la imagen y es el primer impacto que tienen. Ahora, en nuestro país se ha comprobado que el peruano de a pie no consume muchas noticias pero sí consume portadas en un tiempo de minuto o minuto y medio, entonces si tomamos en cuenta el impacto y el tiempo que le dedica el peruano para informarse, las portadas de los diarios juegan un papel importantísimo, con lo cual lo que el medio impreso coloca en su portada significa que es la noticia más importante.

7. De ahí también tal vez se expliquen que sus portadas sean un poco tendenciosas...

Sí, pues tendenciosos y mal al final porque te están vendiendo una idea preconcebida y te están vendiendo una línea editorial; y ahora que hablamos de la concertación de medios, hay que tener cuidado porque hay un grupo muy grande de <<El Comercio>> que tienen monopolio de los diarios, esto quiere decir que son ellos que están marcando la agenda noticiosa frente a otros diarios pequeños que están haciendo la oposición. Entonces <<si yo estoy haciendo mis destapes, yo puedo estar a favor o en contra de un grupo de poder>>, es por eso que escuchamos a un Presidente Humala hablar muy airadamente en contra de la concertación de medios, de que <<el grupo de 'El Comercio'>> le quieren tumbar, entonces ya hay una campaña de desprestigio muy grave...Si te das cuenta, las portadas de los diarios, como ya no hay mucho tiempo para leer, ahora es una gran fotografía o composición de imagen y lo hacen de tal forma que ya uno tiene la información, la opinión, y el análisis.

8.- Y ¿a qué crees que se deba?

Me imagino que deben ser intereses en relación a lo que viene el próximo año, no se ve claramente si es *Pedro Pablo Kuckinsky* o *Alan García*, que son los que van a marcar la agenda política el otro año.

9.- ¿Cómo ves a la prensa en el Perú de acá a unos años?

La prensa en el Perú, tengo una certeza que al menos hasta julio del otro año, los medios de comunicación van a entrar en una guerra feroz, vamos a ver bien marcada la tendencia de cuáles son sus candidatos políticos porque estamos hablando de <<poder>>, seguramente vamos a llevar a cosas bien sórdidas, tristes, y va ver una guerra sucia tal que seguramente las noticias no serán confirmadas sino con presunción de corrupción. El periodismo va ser más tendencioso, va ver mucho espectáculo y es mucho más posible que aparezca un medio impreso apoyando al candidato y que tienen un tiempo de vida, como apareció el 'Diario 16' o el diario 'La primera', que ha pasado a ser Diario1', entonces ya la guerra comenzó.

10.- En ese sentido, ¿tú crees que la falta de ética, de la moral de la persona que representa al país, está bastante mellada?

Lo que estoy viendo en nuestro país más allá de la pérdida de valores, es que hay una deshumanización en el mundo entero y como que el ser un humano está encontrando placer en cosas sin profundidad y esto tiene algo de culpa la tecnológica porque nos aleja de los demás y esto hace que deshumanicemos. Ahora, la idiosincrasia peruana tiene una palabrita que es <<la criollada>> y hacer lo <<correcto>>, es hacer el tonto pero si <<hacer el tonto>> es calidad de vida, entonces prefiero <<hacer lo correcto>>. Por otro lado, tenemos también la frase que implantó el gobierno actual durante su campaña electoral como es <<inclusión social>>, o <<igualdad para todos>>, como ves las mejoras en nuestro país no están abocadas a un solo ámbito, pero todo viene de la educación, por eso te digo que es desalentador la falta de valores, pero<<somos una nación joven>>y digamos que tenemos la licencia todavía de que hay una fuerte por hacer.

Entrevista a Enrique Chávez, co-conductor del Telediario matutino en el canal 7 y sub-editor de la revista política, 'Caretas'

1.- ¿En todo este tiempo qué tienes cómo experiencia qué cambios has visto en la prensa escrita peruana, cómo has visto la prensa desde que comenzaste a trabajar en el medio hasta la actualidad, crees que ha evolucionado o ha degradado y por qué?

Primero, el cambio evidente es lo que tiene que ver con los medios digitales, internet es una revolución de la forma de consumo, de la lectoría y por ese lado, evidentemente la más afectada –para bien o para mal- es la prensa escrita, más que la radio y la televisión, que tienen nichos que todavía se diferencian, eso por un lado. Por el otro lado, yo diría que del contexto *postfujimori*, lo que se ha ido instalando en la prensa también es <<la cultura de la denuncia>>, lo que ocurrió con la prensa durante la época de Fujimori fue una complacencia muy grande con el régimen, una falta de crítica glamorosa en muchos casos, donde los dueños y los propietarios vendieron sus líneas editoriales y eso está documentado; pero por otro lado también, hubo una suerte de silencio entre los periodistas que respondía de repente de un lado, a un tinte ideológico que interpretaron que Fujimori había instalado muchas reformas liberales con las cuales ellos se identificaban; y por otro lado, que veníamos de una suerte de sociedad traumatizada: la hiperinflación, el terrorismo y de alguna manera el periodismo se plegó a una suerte de agradecimiento, se perdió el espíritu crítico y hubo una complacencia con el recorte de las características del sistema democrático. Lo que ha ocurrido a mi entender es un poco la confusión, la reacción ante esa complacencia de la prensa de alguna manera a denunciar, sencillamente publicando lo que venga, y todos los gobiernos han estado marcados por fuertes escándalos de corrupción y esto ha ido erosionando el sistema democrático, con lo cual, la gente cree menos que nunca y probablemente estamos casi a un mismo nivel contextual pre-fujimorista, y a eso añadiría también que hay una fuerte competencia entre diarios y programas de televisión que de repente, no había tanto antes.

2.- De alguna manera, ¿eso refuerza que la prensa es el cuarto poder indirectamente porque el objetivo en realidad es vender más noticias?

La prensa es un negocio y la venta de noticias es fundamental, y añadiría a eso que en los últimos años se ha dado un fenómeno acelerado de concentración mediática. En el caso del Perú, <<el grupo de El Comercio>> se convierte en un cuarto poder de verdad, entonces es un poder que también hay que cuestionar, porque a mí modo de ver, las agendas están condicionadas a aspectos ideológicos, esto ha tenido como resultado una suerte de guerra preventiva de ser siempre de <<oposición>> al gobierno.

3.- En cuanto al discurso en las portadas, ¿Crees que ha habido una especie de periodismo tendencioso en los diarios normalmente más formales, recordemos que lo <<tendencioso>> se originó en los <<diarios chichas>> pero dejando de lado ese aspecto, cómo ves a la prensa seria o más formal de formato tabloide en la actualidad?

Lo que pasa que este formato de diarios chichas, que se pusieron al servicio de Fujimori-Montesinos, han sido utilizados de alguna manera como distractores, <<cortinas de humo>> y también como herramienta política para liquidar al rival, además hay que recordar que la población consumía los titulares de manera distinta por tanto el muro de los titulares tenía otro peso mayor que tienen ahora. Entonces esta figura esa figura del diario chicha a diarios serios de corte popular, recordemos entonces que esto inicia con el relanzamiento del diario <<Correo>> se llevó a cabo mediante un periodista muy audaz, Juan Carlos Tafur, en las épocas de los 90's; luego llegó <<El Trome>>, que eran eminentemente un diario chicha y que nació de <<el grupo 'El Comercio'>>; luego vino <<PERÚ21>> que nació también de <<El grupo 'El Comercio'>> para hacerle competencia al diario <<Correo>> y que luego después de algunos años, <<El grupo de 'El Comercio' terminaría comprando 'Correo>> y con lo cual ya no hay competencia. Y de ahí tienes otra serie de medios más pequeños, 'El diario 1' que responde a cierto sector del gobierno en donde había una intención para ejercer presión sobre ciertos sectores; y tienes diarios que vienen de atrás que han cambiado de dueño. Ahora si uno hace una lectura general a las portadas, pareciera que este país está a punto de caerse, entonces la visión apocalíptica de la política es mucho más pronunciada a partir de las portadas de todos estos diarios, de ahí que te mencionó lo que dijo medios como 'The Economist' en relación a la prensa peruana que fue cuando Humala estuvo en España hace poco, ellos indicaron que este tipo de prensas es una de la más parmesanas y más difíciles de América Latina, ya que a Humala le preguntaron sobre los medios

peruanos y éste los criticó pero nadie mencionó sobre la pregunta que le hicieron que si la prensa nacional era la más virulenta de la región. Por tanto, esta especie de virulencia diaria yo creo que está reflejada en las portadas, por ejemplo si ves ‘Correo’, Perú21’ no sé cuántas veces han sacado a Nadine Heredia en la caratula, lo cual te dice que evidentemente hay cierta intencionalidad.

4.- Y ¿eso cree que puede ser peligroso sino se maneja bien? ¿Crees que pueda hacer un binomio entre esa fuerza de lo que es la prensa con otros grupos políticos poderosos?

Esto se ha dicho antes, hay gente que lo dice acá, he asistido a reuniones con algunos secretarios de partidos, y con gente de ‘Idea Internacional’, del Instituto Nacional Democrático, quien tiene un discurso muy bueno, es costarisense y ve el problema desde afuera, entonces él dice que <<si los medios apoyan a alguien por qué no lo hacen explícito>> como hace el New York times, por ejemplo, pero ¿cuál es el riesgo?, de que la democracia se erosiona, es decir yo como periodista estoy permanentemente escuchando sobre política en todos lados. Todo mundo te habla de política pero al mismo tiempo todo mundo está asqueado de la política y en realidad yo sí creo, que en buena medida con todos los problemas que hay, creo que este *asqueamiento de la política está definitivamente mediatizado*, y no se dan cuenta que están influenciados claramente mediante esta prensa corrosiva y que no responde ante nadie; entonces es muy difícil que se den juicios ante la prensa, quien hace juicios por lo general son mafiosos. Ahora que la prensa se puede regular o auto-regular, hay esfuerzos del consejo de la Prensa tiene su canal, en el caso de <<concentración>> un grupo de periodistas ha llevado el caso de esta mediatización al Poder Judicial aludiendo que esta <<concentración es inconstitucional>> porque este grupo mediático controla más del 80% de la circulación de los diarios del país, entonces lo que quiero decir es que la prensa básicamente si se regula es porque se auto-regula. Y la prensa debería seguir siendo así, auto-regulada, las leyes de prensa en Ecuador o en Venezuela por ejemplo son funestas, donde el remedio es peor que la enfermedad, cuando un régimen político pretende regular a la prensa se presta definitivamente para la manipulación de la misma.

5.- Cómo lo que pasó en la época de Fujimori-Montesinos ¿no?

Claro en ese caso era distinto porque la situación fue más brutal, en el sentido que no necesitabas un control legal sino que se compraban las líneas editoriales de los medios por lo bajo, es decir <<coimear>> a los dueños. En el caso de los medios independientes como la revista 'Caretas' lo que se hacía era propiciar un embargo publicitario, es decir era mal visto, ya que el empresariado estaba tan <<de acuerdo>> con el régimen que no se veía bien anunciar en este tipo de medios independientes. Y por supuesto, el estado no anunciaba y en nuestros países, el Estado sigue siendo uno de los principales auspiciadores. Entonces, todos son límites muy delicados y muy frágiles, y uno a lo que tiene que hacer es llegar que la crítica no te puede perder ante los medios y los medios tienen que acostumbrarse a criticar a los medios y los periodistas criticar también a los periodistas y no perder ese espíritu periodístico. Ahora en el caso de la concentración de los medios yo creo que sí es perniciosa. El propio Consejo Europeo para hablar de concentración de prensa escrita, te habla de la concentración de los ejemplares de diario que circulan y ahí se ve, en el caso de 'El Comercio' además de la prensa también tiene el canal 4, que es el canal más visto del país, además de 'Canal N', con lo cual los mensajes circulan de un canal a otro y de periódicos a otros, y evidentemente esa agenda influye en el resto de los medios y quién no está ahí de alguna manera en esa agenda, automáticamente queda fuera del contexto noticioso en apariencia, entonces vas a ver la calidad de las noticias en muchos casos de las denuncias,

6.- Entonces el binomio de calidad de portada en cuanto a contenido y la oferta visual más allá de la portada y el precio es una cosa que va de la mano

Es una cosa que en términos de negocios han funcionado bien pero claro son diarios baratos entonces el argumento de internet de repente todavía no pesa como debería pesar, que si la prensa debería costar más no lo sé; en todo casi es un modelo de negocio disfrazada con elementos serios, pero al final te están transmitiendo mensajes mayoritariamente apocalípticos y anti-políticos. Es una prensa muy preñada de un liberalismo anti-estatal, y es evidente que hay una ideología que responde a esa agenda.

7.- ¿Qué elementos discursivos esenciales debe tener una portada para que impacte en el lector y decida comprar el diario?

En nuestro caso, si tienes una excelente foto exclusiva de alguna situación particular que va generar interés de la opinión pública o que es justificado el interés, pues eso le gana a todo lo demás. Hace poco publicamos una foto del abogado de la Primera dama asistiendo a la boda de uno de los miembros investigados por un caso inmenso de lavados de activos en Roma. Pero evidentemente, estos casos no aparecen todas las semanas, entonces por lo general, la paleta es un poco así, puedes tener un primer plano con un titular muy sugestivo que de alguna manera te englobe la situación o puedes tener fotomontajes. Entonces, el fundador de la revista, más que fundador en realidad, Enrique Sileri, que falleció el año pasado, él venía del mundo publicitario, él trajo –yo creo que como pocos en el Perú-, aterrizó la idea de las herramientas publicitarias, del elemento gráfico a las caratulas, entonces por un lado es el elemento gráfico pero de ahí es el título que te puede provocar esa reacción de <<querer comprarlo>>, como por ejemplo <<mira qué gracioso>>, esto te dice que a partir de una imagen –porque el elemento del humor por lo general persiste en la revista- te puede condicionar para que decidas a llevarte la revista a casa, de manera que aunque no sepas el detalle de la noticia, en el fondo te están dando un mensaje muy poderoso. Ahora no siempre se logra pero trabajamos para ello.

8.- En este sentido, ¿cómo ves a las portadas del diario ‘Perú21’, ya que trabajan mucho la imagen, tal vez más tendenciosos que otros o quizás no lo es tanto así?

Algunas veces sí, otras veces no. A primer ojo, sí tienen un nivel de porcentajes de titulares tendenciosos, concentrándose en personajes que están en el poder y un primer plano poco agraciado para el personaje y un titular muy particular, a veces usan ilustraciones muy trabajadas, es una fórmula bastante simple y no muy sutil y es casi una editorial pero esto se debe también a la naturaleza del medio, dice todo de la tendencia del medio.

9.- Ahora el humor que se da en básicamente en la política, para satirizar o para hacer denuncias públicas, esto quiere decir que hay ideología en la prensa en general

Sí claro tienes una prensa sobre todo de derechas, liberal, hay por supuesto una prensa que también es de izquierdas pero para el gobierno ya no es de izquierdas. En el caso, por

ejemplo de 'El Comercio' que en líneas generales era conservador en el aspecto económico y social, ahora ha tenido un recambio en los últimos años, aunque sigue siendo conservador en términos económicos es más liberal en términos sociales. Entonces sí siempre hay ideología y 'Perú21' no es la excepción.

10.- Entonces en resumen, la prensa peruana ha cambiado evidentemente, se ha vuelto de alguna forma más tendenciosa, de alguna forma también es elemento de cuatro poder como se dice pero ¿en cuanto a calidad?

Hay de todo en la prensa, hay también buena prensa, hay cosas que se hacen bien. Primeramente, el lector que quiere informarse saben qué medios responden también a determinadas líneas y que una lectura más combinada o cruzada le puede dar una visión más amplia, si ese lector está realmente interesado en abordar esa visión más amplia. Tienes a *Hildebrandt* también que responden a una visión más de izquierdas, no le va mal, es un semanario, también tienes un mercado para eso. Entonces yo diría que el que quiera estar interesado va poder acceder a un menú más amplio, más allá de internet, y de esta manera examinará las diferentes propuestas. Pero, en general casi todo el mundo está harto de los políticos y esta prensa está muy engranada con el poder político, entonces si bien por un lado el panorama es un poquito deprimente, el lector avezado sabe también que esto tiene mucho de teatro, aunque en promedio, el lector no sea consciente de ese cruce de fuentes.

11.- ¿Cómo ves a la prensa peruana de acá a cinco años, crees que este tipo de prensa pueda seguir creciendo?

Yo creo que no va seguir creciendo porque tiene un problema de negocio que es el Internet. Todos los medios están llegando a una encrucijada que probablemente se resuelva mediante cinco años. Entonces la prensa no es tanto un negocio sino puede ser utilizada como herramienta de poder, y en ese sentido los partidos políticos van a querer seguir haciendo uso de ello. Yo creo que va ser importante la decisión que se tome con respecto a la concentración de medios, eso va a confirmar si un grupo como 'El Comercio' te va forzar la agenda o no, eso por un lado; por otro lado, el lado del negocio evidentemente el internet va pesar cada vez más; y yo creo que los medios, los que sobrevivan van ir respondiendo a nichos, por ejemplo una revista como ésta siempre ha sido una revista de élite, yo creo que

la propuesta periodística mientras sea buena y mientras responda a un lector quiera mantenerse informado, ahí me parece que todos los medios va seguir sobreviviendo. Tal y como están las cosas, yo creo que vamos a seguir como estamos si es que no aparece un anti-sistema, como lo fue antes Humala, lo bueno de todo esto, es que uno esperaría que venga quién venga el espíritu crítico va seguir siendo más persistente.

Conclusiones:

- 1.- Existen ideologías marcadas dentro de la prensa peruana de referencia como consecuencia de la concertación de medios por parte de <<el grupo 'El Comercio'>> y, al mismo tiempo como producto de una lucha contra esa misma concertación de medios por parte de los diarios más pequeños como 'Diario1' y 'Diario 16'.
- 2.- Estas ideologías hacen que los contenidos de 'Perú21', el cual forma parte del <<grupo de 'El Comercio' >>, incluyan discursos lexicalizados debido a su propuesta periodística tendenciosa, la misma que propone lecturas de rápida absorción cognitiva establecidas sobre plataformas socio-semióticas de proposiciones anti-político o anti-estado.
- 3.- Debido a esta tendencia es que se producen en su mayoría, destapes políticos y de cuyos discursos contienen modelos prejuiciosos o alarmantes dado que muchos de <<esos destapes de corrupción>> se quedan en <<hechos de presunción>>, en donde de manera léxica se ataca al gobierno de turno. Por otro lado, los diarios contrarios a la línea editorial de 'Perú21', realizan también el mismo procedimiento semiológico a través de proposiciones icónicas de políticos anti-gobierno de turno, es decir el opositor del Presidente Ollanta Humala, el líder del APRA, ex presidente de la República, Alan García Pérez. De esta manera se constituye una suerte de guerra de medios entre *Perú21*, *Correo*, *El Comercio* (todos ellos dentro del grupo 'El Comercio') y los medios recientes más pequeños.
- 4.- Los roles semánticos que aparecen lexicalizados en el diario 'Perú21', que son en su mayoría personajes que pertenecen al gobierno de turno, se muestran a través de la plataforma epistemológica del humor o del drama, en tanto se les haya descubierto un hecho grave de corrupción o de presunción.
- 5.- Estas lecturas rápidas de absorción cognitiva se deben a que el lector peruano de a pie consumen las noticias básicamente por medio de las portadas, a este proceso se le llama

<<barrido de portadas>> y que tiene un tiempo de duración de minuto y medio promedio. Por tanto, 'Perú21' lidera el monopolio icónico en el impacto fácil e inmediato.

6.- Todo este proceso ha conllevado a que la gente esté más informada sobre los temas políticos pero no a nivel cualificado, ya que el lector o televidente, normalmente se fían de los titulares tendenciosos y no suelen cruzar fuentes de información. Por consiguiente, ya sea el lector o televidente, prefieren guiarse por los líderes de opinión, que en muchos casos también manifiestan sus ideologías marcadas, porque no sólo analizan sino también opinan de una manera más subjetiva.

7.- Este fenómeno actual semiótico de la prensa tendenciosa y en algunos casos hasta corrosiva, se deben a dos formulaciones contextuales. La primera corresponde a la estructura social y política del país, y la segunda se inclina hacia connotaciones antropológicas a nivel mundial. El primero es que en vista de que se aproximan las elecciones presidenciales, esta característica política hace que se convierta este proceso que está por venir, en un fenómeno socio-epistemológico preventivo de guerra cognitiva entre los partidos políticos y/o candidatos políticos que son apoyados por los mismos medios de comunicación.

Por consiguiente, el tema de la concertación de medios denota una ideología de poder que es preocupante, dado que de manera implícita se produce una suerte de convenio político entre el candidato y el medio.

Por otro lado, más allá de los problemas políticos, se puede relacionar también todo este fenómeno interno nacional a lecturas socio-discursivas externas de connotación antropológico, que nace a partir de la problemática de los lenguajes de la tecnología en cuanto significa un aislamiento o deshumanización con el entorno del hombre y que por tanto, ya no hay profundidad de los temas sino que se produce una civilización de lo frívolo y de la espectacularidad, fenómeno antropológico que se ve reflejado en la noticia.

8.- En este sentido y a modo de agregar, los lenguajes periodísticos peruanos actuales de referencia de corte popular son producto también de otras distintas estructuras semiológicas en confrontación a nivel interno. Por un lado, la herencia post-traumática del gobierno Fujimori- Montesinos en relación a la prensa y posteriormente la recuperación ética y funcional de la prensa de investigación, el cual está dentro de un contexto de mercado económico agresivo, y que éste a su vez, está inmerso en una campaña pre-electoral

presidencial donde los elementos discursivos no son los apropiados para el establecimiento de una ideología de valores competitivo.

9.- Toda este proceso connotativo semiológico hace que se vislumbre sobre posibilidades de continuidad discursiva en cuanto a la prensa y su relación con la política, o en su defecto una desaceleración productiva, en el caso de medios impresos, debido a su competencia inmediata que es el Internet.

10.- No obstante, los modelos de pensamiento que los medios de comunicación establecen, en este caso, los que pertenecen a los diarios de formato tabloide con las características mencionadas anteriormente, permanecerán con el espíritu crítico de siempre.

Las portadas del diario ‘Perú21’ (entrevista semi-estructurada)

Como se mencionó en textos anteriores, este diario se creó con la finalidad de competir con el diario ‘Correo’; por tanto, su competencia residía en una propuesta de calidad informativa a un precio módico; sin embargo, más adelante, se pudo observar que el diario ofrecía además un valor agregado –y en ese aspecto se diferenciaba de ‘Correo’- que es el del lenguaje gráfico como presentación principal.

Por consiguiente, las portadas de este diario fueron las que marcaron la pauta icónica de entre todos los demás medios impresos, misión que ha permanecido hasta la actualidad, más allá de intentos, desaciertos y hechos.

Desde su primer número en agosto del 2001, lo que ‘Perú21’ ha tratado de innovar con el paso del tiempo es el de buscar nuevas formas de composición a nivel de imagen que conlleven a lenguajes discursivos atractivos para el lector, como consecuencia, este esfuerzo se ha visto reflejado en merecidas distinciones a nivel internacional, como es el caso de estar dentro del grupo de la 10 portadas más impactantes en relación a la muerte del escritor colombiano, Gabriel García Márquez, <<Gabo>>, así lo confirmaba la organización mundial, Newseum con sede en Washington, <http://www.razon.com.mx/spip.php?article212184>.

Por otro lado, la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP), ha otorgado recientemente, el primer lugar a la caratula informativa **‘100 días con Castañeda’, Informe especial**, en el <<II concurso de portadas de impacto de diarios populares>> en la región, <http://peru21.pe/multimedia/imagen/t-320645>.

En este último punto, el premio otorgado se debió a “que rompe esquemas tradicionales” y “vislumbra la respuesta a la pregunta sobre qué lugar irá ocupando los impresos”, según informe emitido por la SIP.

En este sentido, más allá de la estética y del impacto de la caratula informativa, se deja entrever hacia dónde van los medios impresos en el futuro. Es necesario mencionar también que esta creatividad puede ir o no de la mano con acercamientos ya no tanto hacia la objetividad sino a elementos de opinión más marcados como producto de su estructura periodística tendenciosa.

A continuación, Luis Hidalgo, quien es uno de los fundadores del diario ‘Perú21’ explica y corrobora lo que a nivel de lenguaje semiótico se analiza y que por tanto confirma ciertas interpretaciones a nivel de contenido socio-discursivo. Sin embargo, no está de acuerdo en que se le atribuya la misma línea editorial que tiene ‘El Comercio’- la casa matriz-, ya que recalca que tienen toda la libertad en la realización de su trabajo, en este caso como responsable del área de diagramación.

Entrevista con Luis Hidalgo, jefe de diagramación del diario ‘Perú21’

1.- ¿Explicanos un poco de tu trabajo al frente de la diagramación de Perú21?

‘Perú21’ es un diario tabloide político de corte popular pero lo que se diferencia es que tiene un diario que tiene mucho diseño, más parece una revista que un periódico, nosotros nos preocupamos mucho no solamente en el contenido de texto sino también en el diseño, porque creemos que el diseño lo enriquece más el producto que al final la gente que lee, que lo mira le atrae mucho más rápida y ayuda también a tener una lectura más rápida, más amigable. Y en cuanto a las portadas, nosotros tenemos mucho que ver con los temas,

además pueden haber temas muy rígidos en la cual tengo que sacar al Presidente como personaje pero también nos dan libertad de romper esquemas, siempre todos los días trato que nuestras portadas tengan mucha fuerza visual, es decir hay portadas en que definitivamente no podemos hacerla, simplemente ponemos una foto y hay portadas que sí rompemos todo esquema donde intervenimos hasta el logo y sin temor a que la gente no nos reconozca al día siguiente, sin embargo, la gente sí nos reconoce, sin necesidad que vean el logo saben que es 'Perú21'.

2.- ¿Por la forma de la composición del lenguaje?

Claro, justamente, acabamos de tener un premio de la SIP, Sociedad Interamericana de Prensa, a nivel regional, donde aparecen los diarios de México, de toda América Latina, y *nos hacen el reconocimiento justamente por el impacto visual*; la portada fue sobre un tema de Castañeda Lossio, el alcalde Lima, 'A los 100 días de su gestión', que el Alcalde comenzó a pintar todos los murales de Lima de amarillo con el color de su partido y tuvimos la idea Este año también hicimos por <<El día del idioma nativo>>, una portada en quechua y ese fue una idea que nació a raíz de que mi hija me preguntó que por qué en su colegio es todo en inglés y entonces me dije, en el día especial del idioma original, por qué no podemos presentar la otra cara de la moneda. Y en ese momento, les propuse al departamento hacer la portada en cinco idiomas, la primera salió publicada en <<quechua>> pero a la vez, hicimos cuatro portadas en paralelo, por tanto aceptamos traer gente de Cuzco, de la selva, de las distintas partes del Perú, fue increíble pero también preocupante.

3.- Preocupante en el sentido de...

Es decir estamos a horas, cerca, yo creo que más que esta portada que hemos ganado de Castañeda, me hubiera gustado que ganase esta portada <<por el día del idioma nativo>>, porque rompimos esquemas, con esto te quiero decir que el realizar estas portadas es un ejercicio mental de todos los días.

4.- ¿Cuánto tiempo llevas al mando de este departamento?

Bueno yo soy fundador juntocon Augusto Álvarez Rodrich. Yo trabajaba como diagramador en 'El Comercio'.

5.- Haciendo un paréntesis, entrevisté a Álvarez Rodrich hace un tiempo, él me dijo que hacía las portadas

Lo que pasa que el espíritu de 'Perú21' es un trabajo horizontal en equipo, y esto hace, que todas las ideas sean mucho más escuchadas.

6.- Claro, al final dos, tres, cuatro cabezas piensan más que uno...

Claro, yo tengo en mi equipo, gente que recién ha terminado la carrera, es la única manera de crecer. Entonces cuando empezamos con Augusto, recuerdo que era empezar otro proyecto, aquí mandaba lo que era el diseño no mandaba lo que era el texto. Por tanto, en 'Perú21' lo que predomina es la <<forma>>, es decir como lo vas a presentar, que el texto esté bien resumido y que la imagen esté también bien trabajada para que el lector lo pueda entender de manera inmediata.

7.- Hay portadas que no llevan publicidad

Sí, por ejemplo, el año pasado cuando falleció Cerati, la portada no solamente se limitaba a la portada, sino también la contraportada, entonces tengo la suerte que cuando tengo una idea me dicen <<dale>>...<<quiero ver cómo queda>>, entonces nosotros tenemos un espacio para trabajar, pero también sabemos que es lo podemos romper de <<acuerdo a la necesidad de informar>>.

8.- Volviendo a la portada en quechua, te lo vuelvo a mencionar porque realmente innovaron y marcaron tendencia en cuanto a la forma y al contenido ya que ningún diario limeño lo ha hecho...

Con respecto a la portada en quechua ocurre algo interesante. Yo considero que 'Perú21' se encarga de informar pero a la vez también tiene una función de ayudar a la sociedad, por tanto, con respecto a esta portada, algo tiene que cambiar en la sociedad, es decir, no puede ser que acá a ocho horas hablen quechua y acá al final no se interesen en nada.

9.- Esa gente necesitan que les informen en quechua...

Claro, pero me refería en cuanto al formato de la portada que es como una revista, es decir yo noto que tenemos un montón de periódicos y que lo que tenemos que hacer es tratar de diferenciarnos del resto...

10.- ¿Tienes algún formato socio-semiótico peruano?

Sí, nosotros dentro de<<el grupo 'El Comercio'>>, tenemos al diario, 'Trome', que es un diario <<muy popular>>, entonces si vamos a hablar de semiótica en este país, es que tal vez no es muy ordenado y que tiene mucho color. Ahora me puedes preguntar pero por qué la gente lo lee dentro de ese <<desorden>>, es que esa gente dentro de ese <<desorden>> se encuentra a sí mismos. Por ejemplo tengo que tener cuidado con los colores, la forma; pero primeramente, identificar a dónde es que se quiere llegar.

11.- Es decir tu público objetivo...

Claro, me acuerdo que hicimos una portada que era <<sobre el circo de la televisión>>, entonces hicimos una portada con un titular <<empezó el circo>> y con colores muy llamativos tipo *Elio Túpac*, entonces la gente no quiso identificarse con ese lenguaje, pero para la otra parte de esa gente entendió ese lenguaje.

12.- ¿Cómo defines un concepto socio-semiótico peruano?

Yo creo que más que símbolo, el peruano quiere ver mucho color, y ese color lo encontramos en la gastronomía, entonces yo creo que por ahí parte todo, y un poco como que medio descontrolados, el bullicio, el desorden y es por eso que también, decimos que <<El trome>> puede tener ese *plus*. Ahora, ¿dónde está el rompimiento del diseño que nosotros mismos generamos?, pues tal vez, en romper los marcos, o darle la contraportada. Por ejemplo, hoy día salió una portada en la que la noticia se refería a la explosión de una granada en las manos de un policía, entonces hicimos una gráfica de que es lo más que se conoce en Lima, y definitivamente, <<el cerro San Cristobal>>, entonces lo pusimos en color rojo con un titular en blanco y rojo, <<Lima violenta>>, en resumen toda la imagen graficada como si fuera <<Lima tomada>> y parece mentira que la tipografía también funciona, yo la verdad que estoy convencido de que el producto que nosotros manejamos siempre es algo bien controlado: <http://peru21.pe/impresia/archivo/2015-09-08>

13.- En ese sentido Uds. utilizan mucho el color rojo, ¿A qué se debe?

Es por nuestro logotipo y también por lo siguiente, lo que pasa es que vivimos en una sociedad donde el rojo es preciso, ya que estamos inmersos en una sociedad de tanta

violencia, injusticia, corrupción, criminalidad y es el rojo que está ligado precisamente a todo este tipo de noticias. Entonces cuando se diseñó este diario, se pensó en todo ello además de que el rojo llama la atención y está ligado a nuestra bandera, a la selección.

14.- Vivimos en una sociedad violenta...

Sí, Lima sobre todo, lamentablemente ves a la gente y dices que esto no va cambiar...

15.- Entonces el rojo es como una simbología de la sociedad, para mal y para bien

Exacto, claro llevado a todas sus connotaciones, el rojo es una psicología simbólica de la sociedad peruana.

16.- Aparte del rojo también utilizan el amarillo...

El amarillo es para páginas interiores, el azul es parte del logo,

17.- También usan el blanco, el negro

El blanco connota a respirar, te da cierta tranquilidad en medio de colores fuertes, y el negro se usan hacia algo totalmente pésimo, todo esto dependiendo de las formas.

18.- La portada ganadora sobre Castañeda tiene de sobre manera el color amarillo

Sí claro, porque es el color de su partido...

19.- En un debate que hice sobre el impacto visual con el trasfondo noticioso, puse como objeto de análisis a portadas que comprendía a los años 2008 y 2015, la pregunta era cuál de esas portadas les producía impacto e indignación, y la mayoría escogieron la portada de Castañeda correspondiente al 2008, <<Sigue mudo>>

Ahí te das cuenta que esto no está cambiando, que son los mismos personajes, que son las mismas cosas, sigues los mismos elementos es una pena ¿no?, Es preocupante, la connotación en ese entonces era monopolio y esto significaba corrupción. Precisamente hablando de Castañeda Lossio que sigue siendo alcalde de Lima, descubrimos que el alcalde recibía doble sueldo, entonces hicimos una portada donde salía el Alcalde con doble cuerpo y con sus manos cobrando dinero de doble forma.

20.- Por otro lado, de alguna forma ¿‘Perú 21’ guarda relación con las noticias de ‘El Comercio’?

No, no, cada uno tiene su criterio como manejan las fotos y eso no quiere decir que no nos pedimos ayuda pero cada uno trabaja su propia línea.

21.- Cuando salió Álvarez Rodrich de Perú21, hicieron una portada especial, ¿cómo tomaron a nivel de trabajo de equipo porque varios columnistas renunciaron en esa época?

Acá es más complicado, cuando de repente se da la renuncia de Álvarez Rodrich, el director en esa época, varios columnistas pensaron que la línea periodística iba a cambiar y es por eso que también renuncian junto con él, en mi caso como editor gráfico no fue así ya que ellos me dan libertad de hacer mi trabajo.

22.- ¿Cómo ves a ‘Perú21’ de acá en unos años?

Muy bien, sí porque estamos haciendo cosas muy locas, tratando de diferenciarnos del resto, de romper esquemas, de marcar una tendencia, una forma.

23.- ¿De alguna forma sientes que están haciendo un periodismo tendencioso?

Sí claro, al tratar de marcar diferencia, de querer ser el mejor del resto, y no solamente de la parte icónica sino también de la parte editorial, el contenido, es decir todo tiene que ir de la mano. El premio que hemos tenido sobre la portada de Castañeda Lossio, tiene que ver todo un equipo atrás de texto, de contenido, de forma, yo hice esa portada pero hay todo un trabajo previo.

24.- En ese sentido, ¿ves una competencia seria a la parte tecnológica?

Sí antes ‘Perú21’ lo veías como un diario, ahora lo ves como una marca periodística. Por tanto, la idea acá es poder llevar un paralelo entre lo que se trabaja en papel y en la web, es decir poder integrar la parte de papel con la parte de web.

25.- Con ese criterio, ¿tú crees que de acá en adelante, más allá de que Uds. ya cuenten con su plataforma digital, cómo ves a las portadas en papel de acá a 10 años?

Lo que pasa es que acá tiene mucho que ver la idiosincrasia, es decir el peruano no está

acostumbrado a gastar y no sentir en lo que está gastando, es decir lo que el peruano está gastando en un contenido digital tal vez no lo va apreciar mucho si compra un contenido en papel. En ese sentido, el peruano no está preparado todavía para esto, pero todavía creo que podemos seguir haciendo periodismo en papel por mucho tiempo más.

Conclusiones

1.- El periodismo en general se ha vuelto más tendencioso y es por esa razón que, en el caso de los medios impresos, las lecturas socio-semióticas discursivas son de rápida absorción cognitiva para establecer mayor impacto visual

Tanto los periodistas, Jennifer Cerecida, co-conductora de canal 7, Enrique Chávez, co-conductor de ese mismo telediario, además de ser el sub-editor de la revista política 'Caretas'; así como el jefe de diagramación de 'Perú21', Luis Hidalgo están de acuerdo en este punto.

2.- El diario Perú21 obedece a líneas editoriales del <<el grupo 'El Comercio'>>

De alguna manera, coinciden los dos periodistas, Cerecida y Chávez, al poner de relieve sobre el riesgo político de la concertación de medios y enfatizan las líneas editoriales que establecen fuerte lazos cognitivos entre sí, como es el ejemplo de 'El Comercio' con 'Perú21'. Sin embargo, el jefe de diagramación de 'Perú21', Luis Hidalgo, manifiesta lo contrario ya que alega que cada uno tienen formas de trabajo distintos.

3.- El éxito e importancia de las lecturas icónicas semióticas de las portadas yacen sobre plataformas cognitivas psicosociales. Ejemplo, el diario 'Trome'.

Luis Hidalgo, el responsable de diagramación de 'Perú21', indica que una lectura socio-semiótica peruana es el desorden y esa estructura está simbolizado en el éxito de las ventas del diario de corte informal llamado <<chicha>>, 'El Trome'.

4.- El color rojo es la psicología connotativa y simbólica de la sociedad peruana, porque contiene discursos de violencia, corrupción, hipocresía, criminalidad pero al mismo tiempo representa el color de la bandera y por tanto de la patria.

Luis Hidalgo formula esta premisa general; Enrique Chávez subraya lo mismo de manera

indirecta cuando manifiesta que tenemos una cultura de denuncia debido a la necesidad de reformar los valores de la prensa crítica en vista a la fase post-traumática de Fujimori-Montesinos en relación a la prensa.

5.- En este sentido, la tipografía, dependiendo de la utilización del color rojo cobra mayor fuerza cognitiva y he ahí también su impacto y su tendencia.

Los tres periodistas coinciden en este aspecto.

6.- El público objetivo de ‘Perú21’ es aleatorio

Dependiendo de la forma y contenido de la portada es que se establecen mejor el perfil social y antropológico, ejemplo el uso de los colores fuertes y llamativos en la portada, <<Ya empezó el circo>>.

7.- La tendencia revela una ideología escondida dependiendo de la lexicalización de la portada, de su editorial y de sus columnas de opinión; estos signos se pueden tomar también como una <<actitud discursiva>> a través de la esquematización organizada de las proposiciones argumentativas.

Tanto Enrique Chávez como Jennifer Cerecida indican sobre las ideologías marcadas detrás del lenguaje tendencioso, Luis Hidalgo lo indica indirectamente cuando confirma que el diario sí es tendencioso.

8.- Los modelos parciales de la ciudadanía con respecto a la política, tienen que ver con ideologías cerradas de los medios de comunicación en función a sus intereses.

De alguna manera, el *asqueamiento* del tema político que mencionó Enrique Chávez, y de cual se debe a la mediatización de tales temas por las empresas informativas, se refieren a modelos parciales como parte de una ideología inherente de la subjetividad de un medio. Jennifer Cerecida también coincide en este aspecto al mencionar sobre el espectáculo como noticia; Luis Hidalgo lo indica indirectamente al confirmar su línea tendenciosa pero observada desde su punto de vista como un elemento cualitativo de marcar diferencia y por tanto también de <<vender>> las noticias.

9.- Las noticias siguen siendo las mismas, siguen conteniendo el mismo significado semiótico.

La portada referente al alcalde de Lima, Luis Castañeda Lossio, correspondiente al año 2008, <<Sigue mudo>> revela, que los elementos semiológicos de la política peruana no cambia porque mantienen las mismas proposiciones de significación de corrupción, así lo subraya también de manera directa, Luis Hidalgo.

10.- La prensa en líneas generales seguirá conservando su vida discursiva sobre papel por más años, pero puede que se vuelva más tendenciosa al querer marcar no sólo la diferencia en contenido y forma, sino también al momento de establecer más poder como medio intermediario entre el político y la ciudadanía.

Luis Hidalgo y Enrique Chávez revelan sus opiniones a través de ciertas premisas pero de manera separada. Jennifer Cerecida lo dice también pero en menor medida.

ENTREVISTA A AUGUSTO ALVAREZ RODRICH

Recién nombrado director periodístico-gerente de Informaciones de Frecuencia Latina. Columnista del diario La República. Ex director de Perú 21. Presidente del Consejo Directivo del Instituto Prensa y Sociedad (IPYS).

Texto: Ana Núñez, Foto: Eduardo Vega

La primera vez que pisó una sala de redacción fue el mismo día que asumió la dirección del diario Perú 21, el 2002. **Augusto Álvarez Rodrich** recuerda con cariño el momento en que decidió que dejaría su larga carrera de más de 20 años en el grupo Apoyo para dedicarse a algo totalmente desconocido para él hasta ese entonces: el periodismo diario. En los siguientes doce años, el economista escribió una columna de opinión a diario, dictó talleres de periodismo en 120 ciudades del país, y condujo un programa en radio Capital que, posiblemente, deje en los próximos días. Desde mañana, Álvarez Rodrich se convierte en el nuevo director periodístico de Frecuencia Latina.

Hubo muchas especulaciones en las últimas semanas sobre tu futuro periodístico y un posible ingreso a Frecuencia Latina. Entiendo que ahora es un hecho, que en las próximas horas anunciarán tu designación como nuevo director periodístico de ese canal. ¿Es correcto?

Es correcto, aunque las versiones se adelantaron a las primeras aproximaciones que se tuvo. Yo decidí voluntariamente apartarme de ATV, empresa de la cual me he ido en los mejores términos, porque sentía que necesitaba un cambio, y por eso a inicios de setiembre tomé la decisión de buscar un nuevo rumbo. Luego de eso se produjeron las aproximaciones de tres medios para que asuma posiciones de dirección periodística.

¿Se puede saber de cuáles?

Creo que lo mejor es decir sólo de cuál has aceptado y en este caso, es Frecuencia Latina.

Tenías tres propuestas. Evaluaste y... ¿cómo decidiste?

Decidí en esencia porque lo que me han propuesto en Frecuencia Latina es llevar un proceso periodístico muy ambicioso que me estimula, que me emociona, y que consiste en seguir lo que están haciendo para la construcción de una plataforma periodística muy potente, muy importante en el país, y con un estándar internacional.

Si dices que vas a continuar lo que ya están haciendo, no estamos hablando de una

reestructuración periodística, entonces.

No, cuando uno va a una casa que está en marcha y a la que le va bastante bien, lo que tiene que hacer es simplemente incorporarse y plantear ideas en conjunto con toda la gente que trabaja ahí. Entonces, lo que va a pasar es que me voy a incorporar a un equipo que lo viene haciendo bastante bien y vamos a trabajar juntos un plan de mediano plazo que le permita al canal seguir creciendo y volverse una plataforma periodística realmente de primer nivel. Yo estoy muy entusiasmado con la posibilidad de liderar ese esfuerzo, sentía que necesitaba volver a ese trabajo de construcción que es un poco distinto al trabajo de un conductor...

Vuelves a ser un director de orquesta, como lo fuiste en Perú 21, y dejas de ser solista...

Claro. Qué bueno que lo pongas así, como un director de orquesta. El director de orquesta no es el que toca mejor el violín, no es el que toca mejor el trombón o los platillos. No, es el que debe tener la capacidad de sacar lo mejor de cada uno de los integrantes del equipo y saberlos motivar, conducir, para que todo vaya en una dirección y se pueda armar una gran orquesta. Ese es el trabajo del director.

El ingreso de un nuevo director periodístico a un medio puede generar ansiedades, en tanto es lógico que los periodistas se pregunten si se vienen cambios radicales respecto a los recursos humanos...

No he tomado contacto con ninguno de los integrantes del equipo periodístico del canal, pero sería muy arrogante de mi parte llegar a un canal con ánimos de... ¿cómo le llamamos? ¿Medidas extremas radicales? No, llego para sumarme a un equipo, para construir todos juntos un equipo que esté muy bien motivado, muy bien afiatado. Al contrario, lo que voy a pretender es, con mucha modestia, generar la ilusión de que se puede seguir mejorando y avanzar en la construcción de esto que te mencioné al comienzo, una plataforma periodística muy potente, que es lo que a mí me ilusiona mucho y que el canal quiere tener.

¿Es un reto grande convertirte en director de orquesta en un canal de televisión varios años después de haberlo sido en un diario?

La verdad que sí. Yo mismo me sorprendo a mí mismo algunas veces con la capacidad de reinención que he tenido en mi vida, en varias etapas. Yo era un profesional que trabajó 22 años en el grupo Apoyo y cuando cumplí 40 años, lo dejé todo, vendí mi participación en la empresa, y me fui a ser director de un periódico. Nunca antes había pisado la redacción de

un diario. Luego, cuando me botaron de Perú 21, entré a la radio y dediqué mucho tiempo a dar conferencias en provincias. Fue una experiencia espectacular. De ahí fui conductor de programas de televisión en ATV. Entonces, que a los 55 años me siga motivando dar un salto a algo nuevo, me gusta mucho.

Como has recordado, antes de ser director en Perú 21, nunca habías pisado una redacción. ¿Cuándo comienzas a sentirte periodista?

Muy rápidamente me afiaté con todo el equipo. Por eso de que era nuevo en el oficio periodístico diario, valoré mucho el trabajo de todos los integrantes del equipo. Me entusiasmaba mucho lo que hacían en el área de espectáculos o en el área deportiva, por ejemplo. Reconocía en cada uno de los integrantes del equipo una aspiración personal de hacer las cosas bien, de compartir esa ilusión del trabajo periodístico, que es un trabajo hermoso en el que permanentemente tratas de descubrir historias para plantearlas al lector y, en el camino, hacer un trabajo cotidiano que lo que busca es acercarse a la verdad.

Es imposible no preguntarse si algunos solistas tendrán espacio en la orquesta que vas a dirigir. ¿Qué pasará con Aldo Mariátegui, por ejemplo?

Pues en este proyecto periodístico va a haber espacio para todos. A mí me encantaría poder plantear lo que alguna vez en Perú 21 creo que logré hacer, que sea un medio muy plural. Eso implica tener dentro del equipo distintos puntos de vista. Por tanto, yo valoro que haya gente que piense distinto, que piense diferente. Queremos tener un equipo donde se pueda tener todas las tendencias y, en ese sentido, Mariátegui es, por supuesto, bienvenido.

¿Esperas que Aldo Mariátegui quiera trabajar contigo?

Espero tener la capacidad de explicarle a todo el equipo el proyecto que se quiere llevar a cabo. Estoy seguro de que es un proyecto que va a generar entusiasmo, ilusión. Este es un canal que tiene gente muy distinta. Así como está Mariátegui, están Mónica Delta, Nicolás Lúcar, Beto Ortiz y un grupo talentoso de productores y periodistas. Es un grupo humano plural que, junto con los que eventualmente se incorporen, debe conformar una tremenda orquesta periodística. Creo que tener puntos de vista distintos es algo que suma, no que reste.

Algunas personas ven en Lúcar a un rezago del periodismo fujimontesinista. ¿Te sentirás cómodo trabajando con él?

Mira, si voy a hacer el corte para atrás de toda la gente... Creo que no es lo que toca en este

momento. En este momento corresponde ver dónde estamos, a dónde miramos, y qué es lo que haremos. Mi aspiración, esto sí es muy claro, es hacer un periodismo que cumpla los estándares rigurosos de un periodismo ético, decente, bien hecho, y además que sea plural. Yo soy alguien que respeta los puntos de vista de toda la gente, lo único que quisiera es el cumplimiento de estándares periodísticos como no mentir, no difamar, presentar investigaciones bien verificadas y que, por sobre todo, se cumpla el compromiso ético básico de un periodista, que es un compromiso con la verdad.

Todo esto es a lo que aspiramos, pero ¿qué es lo que tenemos ahora? ¿Qué clase de periodismo estamos haciendo? ¿Es necesario meterse al hueco de la pista? ¿Es necesario meterle el micrófono al herido? ¿Preguntarle cómo se siente el padre del chico que acaban de asesinar?

Yo tengo la misma visión crítica o autocrítica, porque yo he trabajado en televisión y en el noticiero de la mañana, donde esa noticia es preponderante. Entonces, tengo una visión autocrítica de lo que se hace, y, modestamente, lo que quisiera es poder contribuir a plantear una renovación de la televisión a través del espacio de Frecuencia Latina. Eso es lo que yo quisiera hacer y me ilusiona muchísimo la posibilidad de ser parte de ese esfuerzo.

Si hablamos de hacer un mejor periodismo, no podemos dejar de recordar algunas tendencias, como que se estén cerrando unidades de investigación. ¿Cuánto está perdiendo el periodismo con eso?

Ese es un grave error. En el corazón del periodismo está la responsabilidad de investigar hechos de corrupción, hechos indebidos. El periodismo debe apostar, entre otras cosas, por tener la capacidad de investigar con detenimiento todo lo que se está haciendo. De hecho, creo que en el Perú nos estamos quedando un poco rezagados. Como presidente de IPYS, asisto regularmente a la entrega de los premios de periodismo de investigación en América Latina y siento que en el Perú se están haciendo cosas importantes, pero se requiere mucha más fuerza, más recursos, más apuesta por el periodismo de investigación. Hay que reconocer que en algunos casos es un periodismo más caro, pero cuando haces “bingo” y tienes un gran caso, es estupendo para el medio y para la sociedad.

El presidente Humala tiene también una "mirada crítica del periodismo". Pero él dice que los medios solo pasan malas noticias, que deberíamos dedicar ciertos espacios a la difusión de noticias buenas. ¿Es eso posible?

Mira que sí... Yo lo he pensado mucho y creo que en algunos casos cargamos mucho el

peso a la parte negativa de lo que va sucediendo y olvidamos que también nos ocurren hechos positivos en la sociedad. No todo lo que ocurre en la vida son choques, asesinatos e hijos abandonados. Ahora, dicho eso, cuando el presidente dice “quiero que me cuenten historias positivas”, lo que está diciendo es “quiero que hablen bien de mi gobierno”, y los periodistas no estamos para hablar bien de los gobiernos, ni ser lisonjeros...

¿Es una sutil coacción?

Una sutil coacción... Pero mira, yo prefiero que las relaciones entre el poder y la prensa sean tensas a que sean muy cómodas. Por tanto, si el presidente se queja de que los medios no están dando las noticias que él quisiera, es una buena señal. Lo peor sería que un día el presidente se levante y diga: “Carajo, qué bien que está el periodismo peruano”, porque eso significaría que todos están alabando lo que él hace, y para eso no está el periodismo.

Porque sería “qué bien está el periodismo para mí...”

Claro, por tanto, que el periodismo tenga una relación cordialmente tensa con el poder es lo mejor. Cuando el presidente habla mal de los periodistas, cuando Urresti se pelea con el reportero que lo entrevista y eso, digo “qué bien”. Por el contrario, cuando hago una entrevista y me dicen: “Qué buena pregunta, señor Álvarez, se la agradezco”, yo pienso: “La cagaste, señor Álvarez. No era la pregunta que tenías que hacer”.

Eres presidente del Consejo directivo del Ipys. ¿Cuál es tu diagnóstico sobre la libertad de prensa en el Perú? ¿Cómo se está portando este gobierno?

A ver, ¿si hay respeto a la libertad de expresión? Yo creo que sí, que durante este gobierno, por lo menos hasta ahora, no ha habido ningún embate fuerte contra la prensa. Ha habido algunos intentos, como por ejemplo cuando se quiso establecer esa norma que prohibía a los periodistas divulgar audios obtenidos ilegalmente. Pero se aprobó la norma, hicimos mucha presión y el gobierno dio marcha atrás. Más allá de eso no he sentido que haya una presión contra la libertad de expresión. No la hay por convicción del presidente, pero creo que también por falta de fuerza. Entonces, salvo esas cosas legislativas, sería injusto decir que hay problemas a ese nivel.

¿A qué nivel hay problemas?

Básicamente, las hostilidades y agresiones permanentes a periodistas, no tanto en Lima, donde la pasamos relativamente bien. En el interior del país tienes riesgo de que te maten, como ha sido el caso de Fernando Raymondi. Esta muerte tiene que investigarse a fondo,

porque a mí no me satisface esta versión de que el ministro (Urresti) diga tan rápidamente que fue un delincuente común.

Hay que exigirle al gobierno una investigación sólida. La otra forma de agresión al periodista es la de usar al Poder Judicial como ganzúa para romper la libertad de expresión. (Rodolfo) Orellana les metió juicio a 22 periodistas. A mí me metió 2 por 4 millones de dólares. Esos jueces que tan fácilmente aceptaban esos procesos estúpidos y sin fundamento, también deberían ser investigados como parte de la red Orellana.

A diferencia de otras épocas en las que eran los gobiernos los principales agresores de la prensa, ahora lo son las mafias, el crimen organizado. Has estado en CADE estos días y el tema de la seguridad también ha sido tocado ahí con preocupación.

Es importante que un evento como CADE le dé tanta importancia al tema de seguridad. Es una expresión de que el tema se ha vuelto tremendamente complicado y mi aspiración sería que toda la prensa en su conjunto exija a los candidatos presidenciales que sea parte de sus agendas en la próxima elección. Nuestro trabajo como periodistas, estemos donde estemos, es presionar a las autoridades para que se ocupen de los temas relevantes. El de la seguridad es un tema tremendamente crítico, porque nos está llevando a un espacio donde la inseguridad mina la democracia, el Estado de derecho, y eso destruye muchas cosas.

¿Es tu nombramiento como director periodístico de Frecuencia Latina el fin de tu columna Claro y Directo en La República?

Nooo, no sabes cómo valoro la oportunidad de escribir una columna diaria desde hace doce años y desde hace seis aquí en La República, diario en el que me siento tan cómodo y al que aprecio tanto. Quiero tanto mi columna que si un día nadie la quisiera publicar, la escribiría para mí mismo.

Pregunta final. Eres hincha a muerte de Alianza Lima y, por tanto, del fútbol. ¿Cuál debería ser la suerte de Manuel Burga?

Que se vaya cuanto antes. Hay investigaciones que tienen que ir por su canal, pero una autoridad tiene que tener esta rendición de cuentas. El resultado deportivo de Burga, en lo que concierne a la selección de fútbol, es un mamarracho. Como hincha, me siento estafado, y eso debe dar lugar a una renovación de dirigentes que nos permita colocarnos en un nivel deportivo decente.

Fuente ‘El Comercio’, Sección Luces, Octubre 17, 2010

Por Raúl Rivera Escobar, profesor universitario y autor de “La era silente del dibujo animado”

LA RISA EN EL PERÚ

En los albores de nuestra república, durante las luchas intestinas de los caudillos militares, se definirían las tendencias y parámetros de la sátira peruana. Así el enfrentamiento entre Santa Cruz y los adversarios de sus proyectos federativos o la encarnizada lucha entre Castilla y Echenique, se registrarían en el trabajo de los caricaturistas. El medio idóneo para difundir el arte gráfico sería el grabado.

Como muestras, sobresalen el álbum “Adefesios” (1855), editado por el norteamericano Williez y compuesto por litografías de caricaturas políticas, o “Aletazos del Murciélago” (París, 1866), de Manuel Atanasio Fuentes que incluiría apuntes críticos hacia Castilla.

Prensa

ilustrada

Con el siglo XX, y gracias al fotograbado y la tricromía, se iniciaría la auténtica prensa ilustrada. Surge entonces Julio Málaga Grenet, un dibujante arequipeño, cuyos renovadores trazos revolucionarían el arte caricaturesco peruano. Iniciado en “Actualidades”, Málaga fundó en 1905, con Leonidas Yerovi, “Monos y Monadas”, y construyó el estilo de nuestra prensa satírica. Esta publicación reclutó a grandes dibujantes, como el propio Abraham Valdelomar, quien después brillara en las letras.

La

consolidación

En 1909, el cusqueño Francisco Gonzales Gamarra asume el rol protagónico en “Variedades”, y conquista con un grafismo elevado y versátil un lugar honorífico en la historia del arte gráfico peruano. El mismo año nace “Gil Blas”, de Málaga. Luego seguirán “Lléveme usted” (1911), fundada por Yerovi, y “El Mosquito”, de Florentino Alcorta, que desde 1912 resalta como temprano exponente del Leguismo. Para 1917, Málaga y el periodista Federico More crean “Don Lunes”, célebre semanario humorístico de oposición al segundo gobierno de Pardo. En estas publicaciones se consolidan artistas como Málaga, Pedro Challe, Rubén Polar, José Luis Caamaño, José Alcántara La Torre o, Jorge Holguín Lavalle. Y el arequipeño Jorge Vinatea Reinoso, por su parte, alcanzaría renombre en “Mundial”, que cubriría todo el oncenio de Leguía.

El

cómico

Después de las primeras décadas del siglo XX se acentuará la influencia norteamericana con el cómic, apreciable ya en “La Revista Semanal” (1927), editada por More. En los años 30 y 40, esto aumenta con “El hombre de la calle” y “Buen Humor”, que exhiben el impecable trazo

de Manuel Benavides Gárate y Armando Lazo.

En 1947, Carlos Roose se inspira en José Luis Bustamante y Rivero para su personaje “Pachochín”, denotando la fragilidad de los límites entre caricatura y cómic. Esto se consolida en 1958 con “Rochabús”, publicación dirigida por Guido Monteverde.

Consagrados

La renovación política peruana de los 50 desembocará en medios como “La Olla” (1966), acérrima crítica del aprismo y belaudismo, con dibujantes como Nayo, Guillermo Osorio, Hugo Fernández Vela, Cayo Pinto y Luis Baltazar. “Monos y Monadas”, resucitada por Nicolás Yerovi, nieto de Leonidas, en los 70 se convertiría en ícono del humorismo nacional durante el gobierno del general Morales Bermúdez. Allí se consagran Carlos Tovar y Juan Acevedo.

En las siguientes décadas aparecen artistas como Alfredo Marcos, Eduardo Rodríguez, Julio Polar, Javier Prado, Miguel Ángel, Alonso Núñez, Pepe San Martín, Carlos Castellanos, que aportan su ingenio y arte en diversas revistas y diarios.

En el nuevo siglo el periodismo satírico sigue vigente con revistas como “El Otorongo”, donde brillan Jesús Cossío, Luis Rossell, Álvaro Portales o el veterano Heduardo. Hacer humor sobre la exageración de la línea y la forma sigue más actual que nunca.

se consolidan artistas como Málaga, Pedro Challe, Rubén Polar, José Luis Caamaño, José Alcántara La Torre o, Jorge Holguín Lavalle. Y el arequipeño Jorge Vinatea Reinoso, por su parte, alcanzaría renombre en “Mundial”, que cubriría todo el oncenio de Leguía.

EI

cómic

Después de las primeras décadas del siglo XX se acentuará la influencia norteamericana con el cómic, apreciable ya en “La Revista Semanal” (1927), editada por More. En los años 30 y 40, esto aumenta con “El hombre de la calle” y “Buen Humor”, que exhiben el impecable trazo de Manuel Benavides Gárate y Armando Lazo.

En 1947, Carlos Roose se inspira en José Luis Bustamante y Rivero para su personaje “Pachochín”, denotando la fragilidad de los límites entre caricatura y cómic. Esto se consolida en 1958 con “Rochabús”, publicación dirigida por Guido Monteverde.

Consagrados

La renovación política peruana de los 50 desembocará en medios como “La Olla” (1966), acérrima crítica del aprismo y belaudismo, con dibujantes como Nayo, Guillermo Osorio, Hugo Fernández Vela, Cayo Pinto y Luis Baltazar. “Monos y Monadas”, resucitada por Nicolás Yerovi, nieto de Leonidas, en los 70 se convertiría en ícono del humorismo nacional durante el gobierno del general Morales Bermúdez. Allí se consagran Carlos Tovar y Juan Acevedo.

En las siguientes décadas aparecen artistas como Alfredo Marcos, Eduardo Rodríguez, Julio

Polar, Javier Prado, Miguel Ángel, Alonso Núñez, Pepe San Martín, Carlos Castellanos, que aportan su ingenio y arte en diversas revistas y diarios. En el nuevo siglo el periodismo satírico sigue vigente con revistas como “El Otorongo”, donde brillan Jesús Cossío, Luis Rossell, Álvaro Portales o el veterano Heduardo. Hacer humor sobre la exageración de la línea y la forma sigue más actual que nunca.

Perú: Concentración de medios y dictadura mediática



La dictadura mediática

Escribe: Sinesio López

Si un grupo económico controla el 80% de la lectoría y de la publicidad en la prensa escrita y es propietario de 2 importantes canales de TV (uno —el principal de todos- de señal abierta y otro por cable) es difícil sino imposible la democracia porque la concentración mediática impide la existencia del pluralismo efectivo en el campo de las ideas y de la política. Puede haber variedad (a veces irrelevante) pero no un pluralismo real y competitivo.

La prensa concentrada y con propiedad cruzada de otros medios (TV por ejemplo) es un poder total que no solo influye en el comportamiento de la gente sino que impone la agenda pública al gobierno de turno y controla la mente y la voluntad de los ciudadanos a través de una hegemonía discursiva privilegiada a la que no se puede responder, no por la calidad de los argumentos, sino por la carencia de medios de igual o parecido alcance. Estamos frente a una dictadura mediática que, pese a que es blanda, es quizá peor que la política o la militar porque apresa, no al cuerpo, sino el alma de la gente.

Esta dictadura opera en el nivel de la presencia y relevancia de los actores políticos, en la etapa pre-electoral, en el proceso electoral, en la agenda del gobierno y en el

pensamiento único del modelo neoliberal. La concentración mediática decide qué actores políticos deben existir y cuáles deben desaparecer. La estrategia es conocida: Denuncia escandalosa contra los líderes a los que quiere destruir en la TV, campaña sistemática de todos los medios concentrados, contratación y publicación de una encuesta para evaluar la eficacia destructiva y culminación con editoriales solemnes de la prensa escrita.

La concentración mediática limpia el terreno preelectoral, desaparece a los indeseables y coloca en un pedestal a los favoritos. El actual escenario de los principales candidatos de la derecha ha sido hecho a pulso por la concentración mediática con la colaboración de algunos políticos despistados de la izquierda que insisten en la fragmentación política y se niegan a lanzar un(a) buen (a) candidato(a) que represente a más del 30% que no está de acuerdo con los candidatos derechistas.

Es en el proceso electoral donde la concentración mediática expresa todo su poder porque impide que dicho proceso sea efectivamente competitivo: No todos los candidatos tienen iguales condiciones materiales y políticas para participar. Unos corren sin vallas (los favoritos de la derecha) y otros, con vallas. El alto costo y el desigual financiamiento de la campaña y el respaldo a unos y el rechazo a otros de los medios concentrados hacen que el proceso electoral sea muy injusto y afecten la legitimidad de origen de los elegidos.

Como si todo lo anterior fuera poco, la concentración mediática impone la agenda pública al gobierno. El Presidente no gobierna con el programa con el que fue elegido dentro de un proceso electoral injusto sino con la agenda pública que le impone diariamente la prensa concentrada. Si hay alguna duda sobre el sometimiento del gobierno a la agenda impuesta, ella emprende una demolición del gobierno y del presidente de la República afectando la gobernabilidad del país.

El objetivo mayor de la concentración mediática es imponer el pensamiento único del neoliberalismo como si fuera el pensamiento de todos, el interés de pocos como si fuera el interés de todos. Aleluya.

Freedom House informa deterioro de libertad de prensa en el Perú

Denuncias contra periodistas y concentración de medios se mencionan en el informe internacional.

La organización no gubernamental norteamericana Freedom House hizo público el capítulo sobre el Perú de su informe acerca de la libertad de prensa en el año 2014. En este apartado argumentó las razones por las cuales el ejercicio de este derecho cayó tres posiciones en el ranking mundial.

Entre los casos que menciona el reporte global se encuentra el de los periodistas Yolanda Quito y Alcides Peñaranda, ambos del diario Integración de Huaraz. Ellos fueron condenados a una pena de prisión suspendida y al pago de una reparación civil por realizar denuncias contra el hoy detenido ex presidente regional de Áncash César Álvarez.

También se mencionaron los comentarios del presidente Ollanta Humala respecto a los contenidos de los medios de comunicación. Además, se señaló como un aspecto negativo la propuesta que hiciera el gobierno a través de la recordada "ley del negacionismo".

Esta iniciativa, como se recuerda, propuso sancionar con entre 6 y 12 años de prisión la negación de crímenes terroristas. Esto, según el informe, colisionaba con el derecho a la libertad de expresión.

Sobre la situación de concentración de medios generada por la compra de Epsilon que hizo El Comercio, Freedom House recordó que varios sectores manifestaron que esta posición de dominio generaría una carencia de diversidad de opiniones y afectaría la cobertura de noticias políticas.

"Grupos de prensa expresaron su preocupación de que la compra que hizo el Grupo El Comercio, que ha sido criticado por su cobertura de noticias políticas, afecte negativamente la diversidad de opiniones en los medios de comunicación", señala el informe que recuerda la demanda ante el Tribunal Constitucional de ocho periodistas peruanos.